



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Asociatividad y comercio justo en agentes económicamente
organizados de prendas de fibra de alpaca en el Distrito de
Ascensión, Huancavelica 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTORA:

Br. Quispe Cusi, Alida

ASESOR:

Dr. Castillo Mendoza, Helsides Leandro

SECCIÓN:

Ciencias Administrativas

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración del Talento Humano

PERU - 2018

DEDICATORIA

A las personas que me dieron la vida Hipólito y Benigna, por sus grandes consejos, sus valores y por su lucha incansable por hacer de mí y mis hermanos personas de bien. Padres esto es su logro muchas gracias.

A mi hermana Lina por ser la amiga incondicional que toda hermana desearía tener.

A mis hermanos Jhon, Yuri y Marco por personas que siempre me alientan a seguir escalando.

Alida

AGRADECIMIENTO

Al fundador de la prestigiosa Universidad Cesar Vallejo Doctor Cesar Acuña Peralta.

A la Universidad Cesar Vallejo, por haberme dado la oportunidad y las herramientas necesarias para mi formación profesional, brindando una plana de docentes idóneos.

A las Organizaciones Económicamente Organizados del Distrito de Ascensión por brindarme la información necesaria para la realización de ésta tesis.

La Autora

PRESENTACIÓN

Señor presidente;

Señores miembros del jurado,

Presento la tesis titulada: “Asociatividad y comercio justo en agentes económicamente organizados de prendas de fibra de alpaca en el Distrito de Ascensión, Huancavelica 2018”, cuyo objetivo fue determinar la relación existente entre la asociativa de los agentes económicamente organizados en el ingreso al comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el Grado Académico de Maestro en Gestión Pública.

La presente investigación se ha estructurado en siete capítulos y un anexo: en el primer capítulo se expone la introducción, la misma que contiene la realidad problemática, trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, la formulación del problema, la justificación del estudio, las hipótesis y los objetivos de investigación. Asimismo en el segundo capítulo se presenta el método, en donde se abordan aspectos como: el diseño de investigación, las variables y su operacionalización, población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y los aspectos éticos. Los capítulos III, IV, V, VI y VII contienen respectivamente: los resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones y referencias.

En relación con los resultados se obtuvieron que 53,57% de los socios de los agentes económicamente organizados de prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión 2018, manifiestan la Asociatividad les trajo impactos regulares.

Por tanto señores miembros del jurado, espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación debido a que se ha cumplido con los requisitos establecidos en las normas de la Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo.

La Autora.

Índice

	Página
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autoría	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. Introducción	13
1.1 Realidad problemática	14
1.2 Trabajos previos	14
1.3 Teorías relacionadas al tema	28
1.4 Formulación del problema	34
1.5 Justificación del estudio	35
1.6 Hipótesis	37
1.7 Objetivos	38
II. Método	37
2.1 Diseño de investigación	40
2.2 Variables, operacionalización	40
2.3 Población y muestra	42
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	43
2.5 Métodos de análisis de datos	44
2.6 Aspectos éticos	45
III. Resultados	46
3.1. Resultados descriptivos de la variable Asociatividad	47
3.2. Resultados descriptivos de la Variable comercio justo	53
3.3. Prueba de hipótesis	58

IV. Discusión	72
V. Conclusiones	78
VI. Recomendaciones	81
VII. Referencias	84
Anexos	87
Anexo 1. Matriz de consistencia	
Anexo 2. Validez de instrumentos	
Anexo 3. Prueba de confiabilidad de datos.	
Anexo 4. Base de datos de la Variable Asociatividad	
Anexo 5. Anexo 6: Base de datos de la variable comercio justo	
Anexo 6. Instrumentos de recolección de datos	
Anexo 7. Fotografías	

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable asociatividad	40
Tabla 2. Operacionalización de la variable comercio justo	41
Tabla 3. Población objeto de estudio	42
Tabla 4. Cuadro de valoración	44
Tabla 5. Impactos de la Asociatividad	47
Tabla 6. Motivos de la Asociatividad	48
Tabla 7. Factores de Éxito de la Asociatividad	50
Tabla 8. Asociatividad de Agentes económicamente organizados	51
Tabla 9. Desarrollo integral	53
Tabla 10. Sustentabilidad Económica, Social y Ambiental	54
Tabla 11: Beneficios del Comercio Justo	56
Tabla 12: Comercio Justo	57
Tabla 13: Valores de correlación	59
Tabla 14: Prueba de Correlaciones para la asociatividad y el comercio justo	60
Tabla 15: Prueba de Correlaciones para los impactos y el comercio justo	62
Tabla 16: Prueba de Correlaciones para los motivos y el comercio justo	63
Tabla 17: Prueba de Correlaciones para los éxitos y el comercio justo	65
Tabla 18: Prueba de Correlaciones para el desarrollo integral y la asociatividad	66
Tabla 19: Prueba de Correlaciones para la sustentabilidad económica, social y ambiental y la asociatividad	68
Tabla 20: prueba de Correlaciones para los beneficios y la asociatividad	70

Índice de figuras

Figura 1. Impactos de la asociatividad	47
Figura 2. Motivos de la asociatividad	49
Figura 3. Factores de éxito de la asociatividad	50
Figura 4. Asociatividad de Agentes económicamente organizados	52
Figura 5. Desarrollo integral	53
Figura 6. Sustentabilidad Económica, Social y Ambiental	55
Figura 7. Beneficios del Comercio Justo	56
Figura 8: Comercio Justo	58

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como título Asociatividad y comercio justo en agentes económicamente organizados de prendas de fibra de alpaca en el Distrito de Ascensión, Huancavelica 2018, cuyo planteamiento del problema general es ¿Qué relación existe entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados en el ingreso al comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica?, con el objetivo general de identificar la relación que existe entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados en el ingreso al comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, la recolección de datos se realizó a los socios integrantes de los 07 agentes económicamente organizados en prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión mediante el cuestionario de datos, el diseño de investigación utilizado es el correlacional, obteniendo los siguientes resultados: Más del 50% de los socios consideran que tienen que cumplir con algunos factores para poder conseguir un éxito en su organización, entre estos factores se considera a una incorporación voluntaria, mantener autonomía, practicar la democracia, trabajo en equipo, practicar la confianza y la ayuda mutua, además deben compartir los mismos motivos para formar estas asociaciones para poder conseguir algo de impacto económico social en sus comercio justo de sus prendas de fibra de alpaca. Después de estos resultados se concluye diciendo que existe relación significativa entre la asociatividad y el comercio justo con una significancia bilateral asintótica 0.000, sin embargo se puede apreciar que la correlación es negativa con un Tau b - 0.555**.

Palabras clave: Asociatividad, comercio justo, factores, beneficios, motivos.

ABSTRACT

The present research work has the title Associativity and fair trade in economically organized agents of alpaca fiber garments in the district of Ascensión, Huancavelica 2018, whose approach to the general problem is: What relationship exists between the association of the economically organized agents in the entrance to fair trade of alpaca fiber clothing from the district of Ascensión - Huancavelica ?, with the general objective of identifying the relationship that exists between the associative of the economically organized agents in the entrance to fair trade of the alpaca fiber garments from the district of Ascensión - Huancavelica, the data collection was made to the members of the 07 Financially Organized Agents in alpaca fiber garments of the Ascensión district through the data questionnaire, the research design used is the correlational, obtaining the following result: More than 50% of the partners consider that they have to comply with some factors in order to achieve success in their organization, among these factors it is considered a voluntary incorporation, maintaining autonomy, practicing democracy, working in a team, practicing trust In addition, they must share the same motives to form these associations in order to achieve some social economic impact in their fair trade of their alpaca fiber garments.

After these results, it is concluded that there is a significant relationship between associativity and fair trade with a bilateral asymptotic significance of 0.000, however it can be seen that the correlation is negative with a Tau b -0.555**.

Keywords: Associativity, fair trade, factors, benefits, motives.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Huancavelica es una región considerada en la pobreza y extrema pobreza, con altos índices de desnutrición infantil, además sus indicadores económicos y sociales se reflejan un tanto sombríos, con pocos accesos a servicios básicos, PEA no calificada, la agricultura alejada de los avances tecnológicos, entre otros; si nos enfocamos en la producción agropecuaria se podría decir que El eslabón de toda cadena productiva presenta escaso valor agregado de los productos obtenidos, debido a las escasas herramientas para el procesamiento de la fibra, carne y piel, obteniéndose productos de pésima calidad y poco competitivo en los grandes mercados (*PDC- Huancavelica*)

Del mismo modo con respecto a la venta de fibra de alpaca se viene realizándose in situ en las unidades productivas, debido a los escasos conocimientos de las técnicas de categorización de la fibra de alpaca, en tal sentido viene ocasionando el regateo de precios por los compradores intermediarios de la materia prima.

El Ministerio de Agricultura y Riego, a través de la Dirección General de Ganadería (DGGA) anuncia que los pequeños productores de artesanía textil del Perú viven en circunstancias en la que la pobreza es extrema debido a la desigual distribución de los ingresos en la principal cadena productiva (productor, intermediario, hilandero, confeccionista y comercializador); del mismo modo se da en el Distrito de Ascensión donde el productor y ganadero de alpacas es el que percibe menos y se sacrifica más; por todo ello se viene impulsando la creación de los agentes económicamente organizados, sin embargo estas asociaciones aún no se desarrollan como una organización solida debido a la pésima cultura organizacional de los pequeños productores alpaqueros, que ocasiona un difícil en la articulación al mercado, dificultad el acceso a créditos y financiamientos que actualmente viene promoviendo los gobiernos locales y regionales como: ALIADOS, PROCOMPITE, ONGs, NIE, etc.

1.2. Trabajos previos

Este trabajo de investigación presenta los antecedentes basados en trabajos de asociatividad, ingreso a comercio justo y otras esferas:

Subsecretaria de Economía y Empresas de Menor Tamaño del Gobierno de Chile, (2015) *Estudio: Caracterización de la Asociatividad y la Economía Social de los Pueblos Indígenas*, cuyas conclusiones son:

La integración tiene diversos efectos es por ello importante señalar a los más resaltantes. La incorporación de nuevas formas asociativas puede fortalecer la integración en torno a la recuperación de identidades en medio de procesos de migración hacia zonas urbanas, pero puede contribuir al debilitamiento de estructuras tradicionales con formas de gobernanza contemporáneas.

Entonces, pensar en el impacto de los procesos de integración es observar la forma que se asumen los mismos pueblos indígenas como los demás actores que participan como gobiernos, políticas e instituciones públicas, ONG's y otras formas organizativas. La integración no puede, por ende, responder a un proceso netamente económico más bien lo que se busca es tener una representatividad, servicios, asesoría técnica, capacitaciones y discusiones de problemas comunes de los afiliados. Hoy en día los aspectos sociales son parte de la discusión ya que la identidad y progreso social ha terminado siendo el eje articulador de las formas de organización

Soto, O. A. (2014). Llevo a cabo el trabajo titulado: *Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe - Departamento de Lambayeque*. En la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Peru, cuyas conclusiones fueron:

La producción agropecuaria es la actividad que necesita la agrupación de productores generando asociaciones, gremios, aunque muchos de los socios no manifiestan estar incluidos en una organización de socios de productores de palta en esta ciudad, es porque no están convencidos al 100% que los modelos asociativos les vayan a traer beneficios personales otras razones o justificaciones se encuentra en ellos mismos. Sin embargo el 75% de los

productores agropecuarios, señalan que si estarían dispuestos a constituir un modelo asociativo con el único fin de mejorar su producción.

En vista que la asociatividad significa un dispositivo de cooperación y trabajo conjunto de diversos actores; para lo cual, es pertinente cambiar las malas prácticas del pasado como pueden ser: la falta de responsabilidad, el egoísmo y el oportunismo de los socios actores para así generar nuevas experiencias en el modelo asociativos. Por tanto debemos enfatizar el grado de importancia de las estrategias asociativas visionando la mejora de la actividad agrícola involucrando a los diversos agentes iniciando por el productor, las diversas instituciones de promoción para garantizar una buena organización, financiamiento, comercialización y su compromiso en el apoyo a la actividad agrícola. Teniendo en cuenta que el primer objetivo del asociativismo es el negocio de la agricultura, sin embargo los modelos asociativos pueden convertirse en un dispositivo trascendental para el desarrollo local.

Casafranca, M. y Pahuachón, M. (2014). *Estudio titulada: Factores que limitan la competitividad de las asociaciones de productores quinua orgánica*. En la Universidad San Martín de Porres, Perú. Cuya conclusión es:

Uno de los factores es la falta de programas de capacitación, tecnificación de los productores, por la poca intervención de las instituciones públicas y privadas en temas de nuevas tecnologías productivas, lo que no motiva hacer uso de alta tecnología y maquinarias especializadas en los diversos eslabones de una cadena productiva, influyendo negativamente en la calidad de los productos, generando las elevadas pérdidas económicas por la baja calidad y la poca cantidad del producto.

Otro factor limitante son los engorrosos trámites para solicitar créditos bancarios y financiamiento en cadenas productivas por no garantizar la rentabilidad productiva lo que genera que los intereses sean elevados; por ello muchos productores prefieren optar el sistema financiero informal que es menos riguroso. Otro factor limitante para la producción es el difícil acceso a las semillas certificadas ya que las entidades que proporcionan semillas orgánicas certificadas tienen elevados costos por tener alta demanda.

Otro factor es la falta de decisión de los productores para generar alianzas estratégicas y asociaciones de pequeños productores. Ya que los productores tienen diversas actividades productivas y prefieren a aquellas que les genere utilidades en menor costo y tiempo. Por otra parte, se observó que la informalidad laboral se debe a la falta de motivación y el desconocimiento de los campesinos sobre los beneficios que trae el cumplir con la normatividad legal y prefieren la comercialización informal esto por evadir los impuestos de ley.

Martínez, J. (2014), en su tesis *La asociatividad como alternativa para la penetración de mercados internacionales: caso de estudio asociación de paneleros ASOPROPANOC*, Universidad Militar Nueva Granada, Colombia, llegando a la siguiente conclusión:

La asociatividad ha resultado ser una buena opción estratégica para la comercialización de panela en los mercados de otros países, teniendo en cuenta que en un tiempo atrás la Asociación de Paneleros solo tenían una exportación indirecta, sin embargo gracias a la asociatividad se ha logrado efectivizar la exportación de los pequeños productores, todo esto fue posible gracias al esfuerzo de los productores quienes al agruparse desarrollaron ventajas competitivas en diversos aspectos como: la calidad y cuidado ecológico, sin embargo a la asociación de paneleros les falta desarrollar conocimiento en temas de comercialización y exportación ya que son temas que les viene retrasando para impulsar la comercialización directa para llegar así al camino de la internacionalización.

En la asociatividad se hace uso de las estrategias agrupadas que tienen un carácter voluntario, ya que es una estrategia que les permitirá alcanzar niveles de competitividad que se asemejaran a las grandes empresas exportadoras; entonces se puede concluir diciendo que gracias a la asociatividad las Asociaciones pueden potenciar más sus fortalezas de cada uno de los integrantes para así poder alcanzar un desarrollo razonable en los mercados, también se puede decir que la asociatividad facilita que se impulsen proyectos y planes de negocios más sostenibles, minimizando los

riesgos que se presentan individualmente, generando una red de asociaciones participativas y eficientes, lo que mejora las condiciones de competitividad por sumar esfuerzos y acciones conjuntas.

Dentro de los beneficios que se llega a alcanzar con la asociatividad, la Asociación de Paneleros, ha logrado una organización funcional en el tiempo y calidad de sus productos mejorando sus procesos productivos mejorando los diversos eslabones, además gracias a las capacitaciones han logrado desarrollar habilidades profesionales y recursos primarios; sin embargo esta asociación de paneleros no han logrado generar rentabilidad económica (financiero) tampoco han logrado buenas expectativas de comercialización a nivel nacional y en mercados internacionales (baja comercialización). Mientras que en la asociación de la industria del salmón, si se ha logrado asimilar y procesar toda la información en conocimientos para colocar al salmón en una industria creciente convirtiéndose así en un caso exitoso consiguiendo sus objetivos trazados con la asociatividad.

Garza, A. (2013). En su estudio *El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café, de tecnológico de Monterrey, Mexico*.

Con base a los resultados, puede concluirse que se encontró dos factores importantes que afectan en el desarrollo económico y social de los socios cafetaleros que se encuentran en el comercio justo: 1) el modelo organizativo, que les permite ampliar de esta manera su contactos sociales y ampliando sus negocios a mercados internacionales; 2) logran conseguir capacitaciones y asistencia técnica que les ayude a generar nuevas ideas y capacidades para mejorar sus productos, formulando diversas estrategias para desafiar las dificultades que se les presentan en su cadena productiva.

Si hablamos de la rentabilidad económica, las investigaciones nos permitieron concluir que el comercio justo tendría impactos positivos si los precios en los mercados comunes sean mayores al precio mínimo que establece la certificación. También, el comercio justo dependerá de la capacidad productiva de las cooperativas para poder conseguir precios bajos en sus insumos.

Un aspecto crítico en México es que se tiene a solo un 20% de los productos certificados que se comercializan con todos los requisitos del comercio justo. Para el producto del café se ha identificado que solo las cooperativas bien formalizadas logran colocar el total de su producto en este nicho de mercado, en tanto que el resto de los productores solo venden entre un 30% y un 60%. Viendo esto se puede decir que es muy dificultoso ingresar en un mercado justo sin considerar la asociatividad como una alternativa. Ya que el precio es el factor primordial para el comercio justo por lo que la calidad del producto se convierte en una variable que en grupo se logra enfrentar generando competitividad en el mercado de comercio justo, y por tanto todos los productores vienen evaluando el dirigir sus esfuerzos e inversiones para crear cooperativas y/o asociaciones para así maximizar esta variable.

Carbajosa, J. (2013). En su ensayo titulado, *Investigación de mercado sobre comercio justo en castilla y león*, de la Universidad de Valladolid, España cuya conclusión es:

Si hablamos de comercio justo en esta parte de la región como son Castilla y León si conoce el Comercio Justo y sus implicancias ya que lo consumen en 80%, aunque con poca frecuencia. Esto puede deberse a diversos factores, entre ellos es el precio de los productos; sin embargo el comercio justo ha implantado nuevos conceptos de conciencia medioambiental, social y económico en casi todas sus compras. Viendo estos resultados, puede concluirse diciendo que las labores de las ONGs en la sensibilización vienen surtiendo efectos en estas comunidades, sin embargo aún queda mucho trabajo por realizar en sensibilización e información, ya que los consumidores prefieren algunos productos por la presentación y no por conocimiento ecológico.

En cuanto a las preferencias de productos ecológicos en casi todo el territorio eligen a los productos alimenticios ecológicos, como son los cafés, y los chocolates en su presentación de cacao, debido también a que España el consumo percapita del café es realmente elevado en todos los niveles de comercio. Entre los productos ecológicos de menor consumo son los

productos artesanales ya que muchos consideran a las prendas como productos prescindibles o sustituibles por lo que son pocos los establecimientos donde se expenden estos productos.

El Comercio Justo es, pues, una opción con el fin de incrementar los beneficios económicos, ya que le añade valores ecológicos, sociales y de género a los productos, garantizando una comercialización rentable contribuyendo en el desarrollo sostenible de los productores.

Esquivia, L. (2013), *La Asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de las Microempresas productoras de calzado del Municipio de Sincelejo*, de la Universidad Nacional de Colombia, cuyas conclusiones son:

La asociatividad es un proceso que sirve para crear sistemas empresariales que examinan los diversos medios competitivos e innovadores; y si queremos que estas sociedad tengan resultados positivos debemos cumplir con los condiciones siguientes: Primero que los socios integrantes compartan un propósito común, alineando todas sus actividades y todos sus esfuerzos para conseguir sus objetivos, resolviendo los problemas del grupo. Segundo los integrantes tienen que tener el deber reciproco plasmado en un reglamento interno donde se especifique todas las funciones y obligaciones de los socios al igual que los beneficios, asumiendo así sus responsabilidades y compromisos de aporte. Tercero es que los socios deben tener sus objetivos comunes es decir se deben trazar una serie de metas y objetivos alcanzables en el tiempo proyectado generándoles beneficios; y como cuarto se tiene que tener en cuenta el que se asocien significa acceder a los beneficios al igual que a los riesgos compartiendo las mismas responsabilidades de fracaso empresarial.

La formación de asociaciones se puede convertir en una fortaleza si los socios asumen retos que con el debido manejo se conviertan en oportunidades de crecimiento, si se aprovecha el avance que se viene dando en los mercados internacionales y el movimiento monetario; o también se puede convertir en una amenaza, si no se implantan técnicas para afrontar estas amenazas en grupo, es por ello que es necesario crear ventajas

competitivas adaptadas a los modelos de organización cultural que sean capaces de afrontar a los requerimientos que exige los nuevos mercados.

Rojas, F. (2013). En su trabajo *“Formas de Asociatividad que prevalecen en la dinamización de las Cadenas Productivas Agrícolas en Colombia”*; el estudio concluye:

En Colombia el modelo asociativo ha implicado cambiar la distribución del ecosistema para el desarrollo de las cadenas productivas. Ya que el tener un ecosistema donde se ha implantado la asociatividad genera que las entidades públicas, bancarias y de conocimiento intervengan, para poder generar un desarrollo de capacidades productivas agrícolas en Colombia; creando una estructura moderna que permitirá promover la capacidad igualitaria del sector agrícola; en el desarrollo de este proceso se identificó a 5 asociaciones que promueven una inclusión asociativa importante adaptando el sistema asociativo para promover que su cadena productiva progrese.

Los años 90 y comienzo de la década del 2000 fueron los años donde se desarrollaron las cadenas productivas agrícolas, promovidas e impulsadas por la asociatividad, forjando así un incremento en la competitividad comercial; por ello se puede decir que más del 52% de los productores agrícolas del país ahora integran una asociación, y el 78% pertenecen a federaciones según las fuentes del Ministerio de Agricultura de Colombia.

Como primer impacto económico positivo que tienen las asociatividades en las cadenas productivas es: que se logra la implementación de capacitaciones que pueden ser dadas por técnicos especialista de asociaciones, líderes de federaciones gubernamentales y la dotación de tecnología para mejorar la calidad de los productos en los diversos eslabones de las cadenas agrícolas permitiendo mejorar la calidad en la producción; el segundo impacto económico es conseguir bajos precios por los insumos de producción, esto gracias a la unión de varios productores ya es más económico comprar en cantidad que adquirirlo individualmente.

El desarrollo de asociaciones en la producción agrícola en Colombia, también influye en el desarrollo social de las comunidades; ya que por este medio

muchas de las asociaciones y cooperativas obtienen diversas capacitaciones y ayuda para mejorar la educación de sus hijos por que las capacitaciones lo reciben con todos sus integrantes de su familia, generando y promoviendo el desarrollo económico social.

Brañas G. y Moreno A. (2012). En su estudio *El comercio justo en Andalucía 2012: Distribución de productos de Comercio Justo a través de tiendas y puntos de venta especializados*, Universidad de Córdoba, Argentina. Cuyas conclusiones fueron:

El comercio justo en Andalucía se enfoca en los productos alimentarios ya que se viene dando el ascenso en una 22.5% con respecto al año 2011, analizando el comercio de la artesanía se observa que ha descendido en un 15,4%. Sin embargo en Andalucía viene primando el comercio justo del café ya que es el producto más pedido y comercializado, junto con el cacao y sus diversas variedades. Entonces analizando el contexto, y dado el incremento de las alternativas de un modelo asociativo como son los Mercados Nacionales, espacios de comercialización y otras redes, hay que tomar en cuenta que hacer “una alianza” es una estrategia muy importante para el Comercio Justo y la Economía participativa local, orientándonos hacia las alternativas serviciales y rechazando actitudes imperantes;

En la actualidad se viene analizando al Comercio Justo teniendo en cuenta que la producción está orientado al autoabastecimiento y al autoconsumo dejando en un segundo plano a las exportaciones es por ello que el comercio justo está ligado a cubrir primeramente del mercado local, regional con su naturaleza ecológica, por ello es necesario la localización de los centros donde se producen artesanalmente y de intercambio, elevando la productiva en cantidad y calidad de los productos; por otro lado, los consumidores son los principales actores para generar un cambio ecológico en el mundo, orientando con sus compras, a productos de Comercio Justo” y generando conciencia ciudadana en el resto de los actores.

Maldonado, G.M. (2012). *Trabajo de tesis: Determinantes e impactos de la Asociatividad para el comercio justo, el caso de REPEBAN*; de la Pontificia Universidad Católica del Perú, llegando a las conclusiones siguientes:

REPEBAN que hasta la fecha viene trabajando en un modelo asociativo organizado, evidencio las estrategias exitosas que le facilitaron y mejoraron las circunstancias de acceder a los mercados de comercio justo con los pequeños productores de plátanos producidos orgánicamente. El proceso asociativo en REPEBAN se consolida exitosamente en el período 2005 al 2010, este resultado se dio gracias al aporte social de los integrantes de la asociatividad tales como la confianza entre socios, distribución y métodos de trabajo adecuados, el liderazgo es decir la actitud de trabajar en equipo, la transparencia en la información de gastos e ingresos y dispositivos de control. REPEBAN que viene trabajando asociativamente reconoce que su éxito se debió a que supieron controlar algunos factores como son: respetaron siempre la autonomía de sus socios, es decir descentralizaron del poder y distribuyeron equitativamente los recursos y las funciones de trabajo; también practicaron la democracia para la toma de decisiones teniendo en cuenta cada una de las opiniones; siempre conformaron un equipo con capacidad de gestión con conocimientos multidisciplinarios para garantizar la libre información, la fluidez de los conocimientos.

El comercio justo surgen por las preferencias y exigencias de los consumidores que se alinean a lo ecológico, ya que vienen considerando su salud, el cuidado del medio ambiente para ello vienen controlando el origen de los productos que serán adquiridos para cubrir sus necesidades básicas; entonces se puede decir que el acceso a los mercados de comercio justo estarán supeditados a cumplir con ciertos requisitos de certificación los cuales no se pueden afrontar si no se está asociado con una visión colectiva de mejorar la capacidad competitiva de los socios productores para poner frente a las barreras que pone el acceso a mercados especiales; REPEBAN reconoce también que el modelo asociativo es una forma de impulsar el

desarrollo local, contribuyendo en la lucha contra la pobreza de los que más se sacrifican en su producción.

Después de realizar el recojo de información a todos los socios de REPEBAN sobre los factores que influyen para formar una asociatividad los encuestados respondieron que el factor determinante del origen asociativo para el caso REPEBAN se centra en defender un interés común. Los encuestados también tienen la idea que la principal motivación que les llevo a asociarse es que evidenciaron que gestionar en colectivo y/o grupo les permite ejercer mayor presión para conseguir mayores beneficios económicos, sociales posicionándose en mejores condiciones.

El estudio en caso REPEBAN permitió identificar también que su consolidación exitosa se debe a los siguientes factores: La buena conducta social (confianza, organización y técnicas de trabajos adecuados), direccionar el trabajo en equipo, practicando la transparencia ya que todo manejo económico se debe hacer conocer a las bases; como impactos más resaltantes, que se dio fue poder acceder a mercados extranjeros, incrementado sus capacidades negociativas generando gestión productiva; también se encontró impactos poco resaltantes que sin embargo se dieron por la asociatividad que también aportaron es su éxito ya que cumplir con los requerimientos que exige el comercio justo incentivo a mejorar la calidad del producto a exportar, mientras que la asistencia técnica ayudo a obtener nuevos conocimientos mejorando así sus técnicas en la producción de su producto.

Gómez L. (2011) en el estudio *“Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas”*, México; cuyas conclusiones fueron.

Después de analizar los resultados obtenidos concluye diciendo que la unión de empresas representa una opción factible para poder enfrentar a la competitividad teniendo siempre en cuenta a los siguientes indicadores como son: la confianza, cooperación, liderazgo y participación organizacional; entonces las Empresas integrantes de las asociaciones deben estar

adecuadamente implementadas en las diversas escalas de una cadena productiva (insumos, proceso, comercialización y relaciones) si se desea obtener beneficios relevantes que a la larga se reflejen en sus empresas competitivas comercialmente.

Rivera X. (2011), en su tesis: *Asociatividad microempresarial y género: la experiencia de las microempresarias organizadas el caso de emprendedoras*, de la Universidad de Chile, cuyas conclusiones fueron:

Las socias del caso EMPREMUJER identificaron diversas motivaciones para desempeñarse como microempresarias, sin embargo más del 50% de ellas coincide en que ellas eligieron voluntariamente a trabajar como independientes ya que nadie les obligaron y no se vieron forzadas a tomar el trabajo en equipo; sin embargo las socias que sí tuvieron que tomar esta decisión forzadas a trabajar en forma asociada, en la actualidad manifiestan que se no han tenido ningún problema trabajando asociadamente, y que aspiran a continuar con este trabajo en equipo.

Lozano, F. (2010) en su estudio: *La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia*, cuyas conclusiones fueron:

Participar en proyectos de asociatividad con fines de exportar sus productos encamina a conseguir diversos beneficios para las empresas integrantes tales como: les ayuda evaluar y conocer su verdadero nivel de producción ya que se comparan con sus competidores de otros mercados; también les permite calcular su verdadero nivel organizacional y capacidad gerencial adaptándose fácilmente a nuevos modelos de organización que impliquen trabajar asociativamente; acceder a niveles de tecnología superior; les permite conocer su verdadero poder de negociación por que son ellos los que se encargan de registrar sus costos de insumos y sus gastos por compras individualmente y asociativamente, y así dar precios atractivos a sus productos con buena rentabilidad de su producción.

Si diseñamos e implementamos esquemas de asociatividad con fines de exportación, que a la larga se desarrollen con compromiso, seriedad y

convicción, de todas las empresas participantes de estas asociaciones, podrían mejorar su posición superando los limitantes que se ven enfrentadas por su tamaño, el bajo capital financiero con un limitado acceso a tecnologías nuevas, por ser estas limitantes que les dificultan generar volúmenes de producción destacados para así generar economías de alta escala, haciendo que los precios unitarios no sean competitivos para los grandes mercados. Con este esquema les permitiría tener tecnologías adecuadas para obtener con mayor facilidad las certificaciones de calidad y cantidad ya que son requisitos indispensables para la exportación a los mercados internacionales. Un reto para las empresas participantes de una asociación es que se debe superar creencias culturales y sobre todo las diferencias particulares para así trabajar decididamente unidos, para conseguir beneficios para ellos mismos y de forma conjunta para las empresas socias. Por tanto si se quiere crear cadenas productivas que tengan sostenibilidad que perduren en el tiempo se debe asumir compromisos de largo plazo con seriedad, siemore teniendo en cuenta el no perder su identidad o la autonomía individual de sus empresas, ya que se trata de trabajar de manera conjunta para crear una cadena de valor sostenible.

Ardila, F. (2008). *Trabajo de tesis Titulada: Propuesta de Asociatividad para el sector agropecuario de la provincia de Vélez (Santander) como estrategia para generar competitividad*, en la Universidad distrital Francisco José de Caldas, Colombia, Las conclusiones del presente estudio son las siguientes: Gracias a la asociatividad de los productores de panela lograron enfrentar con facilidad los nuevos planteamientos y normas que vienen implementando los sectores del Ministerio de protección Social y el INVIMA para producción y comercialización de panela; para lo cual se plantearon protocolos que les permitió a los asociados mejorar el manejo empresarial, para ello se tomó en cuenta el consenso, y la constitución de una asamblea de asociados con todos su reglamento.

Unda, J. (2008). En su tesis titulada: *Asociatividad de pequeños productores en organizaciones económicas campesinas: cadena del brócoli, 2005 – 2007*,

el modelo de organizaciones económicas campesinas asociativas (OECs) cuenta con una visión de impulsar la asociatividad que alcanzará a nivel regional en América del Sur, planteando convenios comerciales que resulten beneficiosos para todos los productores que se inscriban, obteniendo precios aceptables, modernización con tecnología nuevas y adecuada, podrá conseguir financiamiento económico, permitiendo mejorar el flujo comercial de los pequeños productores en los modernos circuitos comerciales.

Moreno, M. (2008). En su investigación: *Análisis de la capacidad empresarial de pequeños productores del cantón de Guácimo, Costa Rica: El caso de los productores inscritos al Programa de Desarrollo Comunitario de la Universidad EARTH*, las conclusiones del estudio son las siguientes:

Este trabajo se realizó con los productores que se encuentran registrados en el Programa de Desarrollo Comunitario de la EARTH, de 3 comunidades, que tienen y comparten las mismas características empresariales, pero el trabajo evidencio que las asociaciones de la Argentina y la Lucha son las que tienen mayor nivel organizativo diferenciándose notoriamente de la comunidad El Hogar.

Según este trabajo los productores más exitosos han logrado identificar las características exitosas que desarrollaron en su organización, entre ellos se tiene a la autonomía, responsabilidad, apoyo social familiar, perseverancia y motivaciones, estas características han sido las de mayor relevancia para las asociaciones, conjuntamente con otras características como son el conocimiento y capacidad de gestión, creatividad e innovación, liderazgo y comunicación, toma de decisiones y responsabilidad son lo que les permitió desarrollar el éxito asociativo empresarial.

Gil, J., Parra, J., Ocampo, D. (2007); cuyo trabajo de *investigación consistió en: Determinación de los indicadores de gestión para empresas agrícolas y ganaderas*. El estudio concluye:

Los indicadores de gestión para los procesos agropecuarios deben estar dirigidos al mejoramiento constante de las técnicas en la producción ganadera

y agrícola, sin embargo esto implica brindarles equipos adecuados que ayuden en las actividades de los productores agropecuarios.

Otra parte importante de una empresa agropecuaria es el talento humano de los empleados, por ello es importante tener en cuenta el estado anímico de los trabajadores ya que podrían afectar en el rendimiento laboral, por ello es necesario implementar con talleres de capacitación y charlas de motivación, relaciones interpersonales y rendimiento productivo, para posteriormente ser evaluados por el grado de satisfacción que alcanzan todos los empleados.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Romero, R. (2009) conceptualiza al asociativismo agrario como una manera de organizarse en grupos pequeños con participación exclusiva de productores agrarios. Basándose para ello en conocimientos que a través de la historia se transmite o en aquellas originadas por la implementación de programas específicos para este sector agrario.

Franco (2009) afirma que la Asociatividad empresarial es un grupo que se genera al compartir los mismos objetivos y metas para sus empresas que ante mano tienen que ser de igual o similar actividad económica; por tanto se suman los trabajos individuales con el propósito de elevar el de desempeño empresarial, facilitando el crecimiento y la sostenibilidad empresarial capaces de enfrentar la globalización.

Amorós (2007) afirma: La asociatividad es tanto un derecho social de todas las personas, como una forma de juntar energías y pensamientos por medio de la asociación de personas para poder responder y enfrentar unidamente a algún suceso adverso.

Enrique (2002) afirma que la asociatividad es una estrategia dirigida a desarrollar unas ventajas competitivas de una o varias empresas, con el objetivo de realizar diversas actividades en todo el proceso productivo y generar un valor agregado al producto o servicio que permita a las empresas tener mayor presencia en los mercados.

Maldonado G. (2012). La asociatividad es un régimen de organización social, que tiene como su base al ejercicio mutuo, permitiendo así elevar la producción de los productores que tienen limitaciones, para confrontar a las dificultades que trae el querer ingresar a algunos mercados especiales. También especifica que el éxito de una asociatividad no solo depende de las motivaciones de quienes integran esta asociación, sino que también de otros factores que siempre van junto a la dinámica de la cooperación.

Ostrom, E. y T. K. Ahn 2003. Afirma que la asociatividad se fundamenta en generar una mejor calidad de vida de los productores con una economía fluida basada en la crianza pecuaria, con un modelo de asociatividad apoyado en la teoría de los bienes comunes y las características culturales de los pobladores. El desafío es lograr consenso mutuo en el uso del bien común, agua y pastos naturales, para lograr la sostenibilidad y evitar la rivalidad entre los criadores.

Rosales (1997) afirma: la asociatividad empresarial es una estrategia de unión entre empresas pequeñas y medianas en donde cada participante mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial es decir decide libremente participar en un esfuerzo unido con los otros participantes para lograr un objetivo común.

Para Fernández C. y Rodríguez, E. (2014) las asociaciones que comparten el interés económico, están integradas por aquellas asociaciones que tienen cadenas productivas similares, comparten mismos mercados, desarrollan un mismo oficio o ejercen una profesión: por ello se puede identificar diversas asociaciones económicas, gremiales, sindicales, empresariales, de consumidores y colegios profesionales. Estas organizaciones dirigen sus actividades sobre las utilidades que la sociedad les generara. Las características de las asociaciones se basan en tres fundamentos: primeramente son “organizaciones de afinidad”, es decir son creadas por que comparten los mismos intereses; segundamente, su financiamiento lo realizan con la contribución o aporte de sus miembros; y por último, tiene carácter

territorial, es decir comparten territorios o son vecinos territorialmente hablando.

Para el Ministerio de Economía y Finanzas, la asociación de productores se define como Agentes Económicamente Organizados, que son organizados en dos categorías como personas naturales y jurídicas, para ello la *Estrategia Nacional de Desarrollo para los camélidos sudamericanos en el Perú* (CONACS, 2005), considera siete ejes estratégicos de desarrollo: Gestión sostenible de recursos naturales, desarrollo de tecnología adecuada, desarrollo de mercados competitivos para productos y servicios de la cadena productiva, promoción de la inversión, desarrollo de servicios de apoyo a la producción y comercialización, desarrollo y fortalecimiento de la institucionalidad de la cadena productiva de los camélidos peruanos domésticos y la promoción de la transformación y del valor agregado.

Ministerio de Economía y Finanzas (Perú), a través de la Ley N° 29337, que establece disposiciones para apoyar la Competitividad Productiva, que aprueba medidas con el objeto de mejorar la competitividad de cadenas productivas de los Agentes Económicamente Organizados, mediante el desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología, en los lugares donde no se observa la intervención de las empresas privadas generando el desarrollo competitivo y sostenible de la cadena productiva; para ello creó el Decreto Supremo N° 192-2009-EF con su Reglamento de la Ley N° 29337, cuyas disposiciones actualmente ya se ven en la necesidad de actualizados con el fin de generar un crecimiento económico con inclusión social, por lo que es necesario de optar estrategias que impulsen la competitividad y productividad de las cadenas productivas, facilitando el desarrollo productivo con nuevas tecnologías.

Gómez, L. (2011) considera como empresario agrícola al propietario de las instalaciones agrícolas, que tiene como función el de organizar el proceso productivo y vincular la empresa con los mercados de insumos, financieros, de productos y del trabajo.

Según El *Centro de Exportaciones e Inversiones (2010)* se tiene diversos motivos para la asociatividad además de diversas razones de la empresa: razones exclusivas para las empresas, que se centra en la disminución de las incertidumbres y las debilidades conjugando sus capacidades y conocimientos; otra razón es la de conseguir competitividad empresarial es decir que desean reforzar sus perspectivas en los mercado; Razones estratégicas, para poder obtener nuevos nichos de mercados para la provisión de insumos y la venta de su producto final.

Herrera, M. y et. al (2014). Afirma que el pequeño productor viene produciendo con conocimientos empíricos e intuitivos que se transmiten de generación en generación; por lo que realiza, gradualmente y cuando requiera, los cambios que son necesarios en su cadena productiva, tomando decisiones en forma rápida sin evaluar los conocimientos técnicos que les permita aplicar procedimientos lógicos y objetivos, propiciando un ineficiente manejo de los recursos.

Aguayo. I. (1983). Explica que los pequeños productores generalmente son asistidos por organizaciones no gubernamentales (ONGs) e instituciones públicas con algunos programas como PROCOMPITE, ALIADOS; que les ayudan mejorar sus conocimientos” en ciertos temas y no necesariamente en la debilidades que se presentan.

Para *Marambio, J. et al. (1993)*, existen tres tipos de pequeños productores: Aquellos campesinos que su producción es exclusivamente de autoconsumo y no destinan nada al mercado; Aquellos productores que incursionan en diversas actividades con recursos limitados para satisfacer la demanda de los mercados, para ello solo hacen uso de la mano de obra familiar; aquellos productores con participación intermediarios ya que dependen de la producción de otros productores que tienen niveles de producción irregulares en cantidad y calidad, con dotación de recursos inapropiados y con difícil acceso a los mercados.

Fernández, E. (2000) menciona que existen dificultades que afectan la inserción de los pequeños productores en los mercados, entre ellos se puede

mencionar: deficiente oferta sin considerar los estándares a la demanda en cantidad y calidad (de la producción en sí, o por falta selección, presentación, cumplimiento de normas); oferta de productos con escaso valor agregado, sobre todo en el procesamiento y la presentación del producto (envases, marcas, etiquetas, información adicional, etc.); poca información de actualización (precios de productos e insumos, investigaciones de mercado, normas sanitarias y comerciales, tecnologías, oportunidades, etc.); inadecuadas capacidades técnicas y asistencia en marketing y comercialización; todas estas dificultades ocasiona que la producción de los pequeños productores tenga una limitada comercialización.

Diccionario de uso del español, la palabra impactus proviene del latín tardío y se define al momento en que un objeto o materia choca de manera violenta y fuerte contra otro objeto o materia. Al hablar de impacto también debemos hacer referencia a circunstancia que no implican choques si no que es más bien el efecto que produce ciertos factores en una situación real.

Pérez, J. y Gardey, A. (2010). El impacto se refiere a los efectos que produce una solución planteada en un determinado momento o lugar; sin embargo otros autores mencionan que la palabra impacto tiene un concepto más amplio que el concepto de eficacia, ya que abarca más allá de conocer el alcance de los efectos previstos y del análisis de los efectos deseados.

Aedo C. (2005) el impacto tiene como objetivo determinar si un determinado programa tuvo o no los efectos esperados en las personas, hogares y/o instituciones a los cuales el programa fue aplicado; para obtener una apreciación de la cantidad de estos beneficios y evaluar si ellos son o no atribuibles a la intervención del programa es necesario la evaluación de la eficacia y su eficiencia del programa, siempre controlando a los factores externos ya que podrían interactuar con el programa generando así los resultados deseados.

Young (2003) y en EFTA (2001) El Comercio Justo es una forma de comercialización basada en el diálogo, la transparencia y el respeto siempre buscando una equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo

sostenible ya que se encarga de ofertar productos ecológicos garantizando los al consumidor un producto certificado.

Fair Trade (2013), el comercio justo (en inglés se llama "Fair Trade") es una forma alterna de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, que buscan promover relaciones comerciales voluntarias y justas entre actores productores y consumidores de un producto. Además tienen como principios que los productores tienen que pertenecer a alguna cooperativa u organización libre y voluntariamente, también deben rechazar a los subsidios y ayudas asistenciales, respetando la no explotación infantil, la equidad de género, trabajando con dignidad respetando los derechos humanos, mejorando las condiciones de vida ya que se obtienen mejores precios por sus productos, se toma en cuenta siempre la calidad y la producción ecológica, y sobre todo reducir la intervención de los intermediarios entre productores y consumidores.

Socias, A. y Doblas, N. (2005). las organizaciones de comercio justo se basan en los siguientes principios y valores: ayudarse mutuamente entre productores, ampliar campañas de marketing para conseguir cambios en las normativas de los comercios internacionales comunes; fomentar la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres, el desarrollo económico y el cuidado del medio ambiente apoyando las iniciativas en bien del medio ambiente; distribución equitativa de las ganancias, apoyar a las comunidades u organizaciones sin ánimo de lucro y grupos comunitarios.

Coscione, M. y Mulder, N. (2017, 30 de enero), el comercio justo debe ser una estrategia mundial para lograr el desarrollo económico social de los países, por lo que viene proponiendo ya desde varias décadas como un cambio en la forma de mejorar la producción y el consumo de los productos ecológicos, involucrando siempre a los aspectos económicos, sociales, políticos, y medioambientales, por tanto se puede decir que el comercio justo busca desarrollo equilibrado, justo y sostenible, mediante la implementación de patrones productivos y de consumos alternativos ecológicos.

Coscione, M. y Mulder, N. (2017), desde que inicio el desarrollo del comercio justo su enfoque ha sido “multidimensional”, abordando los aspectos económicos, sociales, ambientales y de empoderamiento típicos de un desarrollo sostenible; un enfoque “multinivel”, desde el nivel local hasta el nivel internacional, para ello fue necesario pasar por redes nacionales, redes de productores a nivel internacional que permite compartir experiencias, aprender de programas regionales y globales, ingerir los resultados internacional para llegar a un resultado local.

1.4. Formulación del problema

Problema general

¿Qué relación existe entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y en el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?

Problemas específicos

¿Qué relación tiene los Impactos de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?

¿Qué relación existe entre los motivos llevo a los agentes económicamente organizado a asociarse y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?

¿Qué relación existe entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?

¿Qué relación existe entre la asociatividad y el desarrollo integral los agentes económicamente organizados de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?

¿Qué relación existe entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?

¿Qué relación existe entre la asociatividad y los beneficios del comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?

1.5. Justificación del estudio

El sector alpaquero en el Perú tiene un escaso aporte a la Economía Nacional (inferior al 1.0 % del PBI pecuario), sin embargo este sector desempeña un valioso aporte socioeconómico sobre la población de las zonas rurales, puesto que representa una importante fuente de ingresos de familias localizadas en las diversas zonas rurales del Distrito de Ascensión y el país entero. Este aporte va desde la generación de empleos, el aporte en el ingreso familiar, contribución a la seguridad alimentaria a través del autoconsumo de la carne, la conservación de los pastos y praderas naturales en los ecosistemas donde se desarrollan la crianza de los camélidos sudamericanos.

Sin embargo el sector alpaquero posee una compleja situación interna para mejorar su situación, porque son influenciadas por factores externo y creencias que no les permite aprovechar las estrategias para un mejor ingreso en los mercados y tratados comerciales. En este sentido las instancias que desean incursionar en este sector toma un doble reto, ya que primero se debe superar las limitaciones internas que afectan al sector y por otro lado, crear la estructura de cadena agroalimentaria mediante el fortalecimiento de la asociatividad que permita potenciar la capacidad para insertarse en los mercados abiertos, para lo cual consideramos que la clave radica en la competitividad de las unidades productivas.

La rentabilidad y competitividad del sector alpaquero en el Distrito de Ascensión se tiene que abordar teniendo en cuenta tres aspectos productivos; una enfocada al precio, es decir lograr una producción a costo mínimo; otra orientada a la calidad, mejorando los atributos del producto y finalmente realizando alianzas estratégicas en la formación de Agentes Económicamente Organizados para aprovechar los mercados de exportación ya que son ellos quienes demandan a los productos más ecológicos.

Según Rojas y Sepúlveda (1999), quienes han estudiado el desarrollo de la agricultura y de su medio rural como una actividad sostenible en el tiempo, explican que se deben superar dos retos apremiantes que actualmente enfrentan los países de América. Dichos retos van orientados a mejorar la competitividad de la producción agropecuaria y mejorar las condiciones de vida de los productores.

Por otra parte, los mercados van evolucionando y cambiando progresiva los sistemas de producción intentando posibilitar la sostenibilidad y rentabilidad productiva; haciendo que el productor alpaquero se encuentre en la necesidad de generar herramientas de gestión empresarial sobre todo para la toma de decisiones de la empresa alpaquera. Por tal razón, es fundamental que los sistemas ganaderos dedicados a la producción de alpacas en el distrito de Ascensión orienten sus esfuerzos a mejorar la eficiencia productiva y organizacional, para lo cual es necesario identificar y mejorar los aspectos dentro del proceso productivo que presenten mayor incidencia sobre los resultados técnicos y económicos de dichos sistemas.

El sector alpaquero resalta frente a otras actividades por tener características insustituible, y sobre todo que tienen de índole económica y social, ya que en esta explotación se aprovechan todos sus productos (carne, fibra y piel), también es una fuente de alimentos de gran calidad por tener bajo porcentaje de grasas saturadas; posee gran importancia social en las comunidades por ser animales que adaptan a un medio ambiente adverso, contribuyendo a la manutención del productor alpaquero, pues se adaptan fácilmente a las diferentes condiciones del clima, suelo y vegetación.

Este trabajo actualmente constituye el primer estudio del sector alpaquero y su artesanía textil a nivel de los diferentes Agentes Económicamente Organizados a nivel del Distrito de Ascensión, partiendo de las diversas características de estos grupos Organizados, hasta la generación de planteamientos estratégicos orientados al sector alpaquero.

En tal sentido, abordaremos el estudio del sector artesanal textil desde un enfoque técnico, social y económica, como punto de partida para la

formulación de propuestas estratégicas de gestión, orientadas al uso racional de los recursos disponibles y la adopción de las tecnologías necesarias para garantizar la rentabilidad y competitividad y la continuidad de la asociatividad y fortalecimiento de la cadena productiva, motor del desarrollo de la zona rural del distrito de Ascensión. Por lo tanto el presente trabajo tiene una importancia práctica, pues los primeros beneficiarios serán los productores Económicamente Organizados en la cadena productiva de alpacas a nivel del Distrito de Ascensión – Huancavelica

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y en el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica.

Hipótesis específicos

Existe relación entre los Impactos de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica.

Existe relación entre los motivos que llevo a los agentes económicamente organizado a asociarse y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica.

Existe relación entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica.

Existe relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el desarrollo integral del comercio de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica.

Existe relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica.

Existe relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y los beneficios del comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica.

1.7. Objetivos

Objetivo general

Establecer la relación que existe entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y en el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica.

Objetivos específicos

Determinar la relación que tiene los Impactos de la asociatividad en el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica.

Determinar la relación existente entre los motivos llevo a los agentes económicamente organizado a asociarse y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica.

Determinar la relación que existe entre los factores de éxito de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica.

Determinar la relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el desarrollo integral del comercio de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica.

Determinar la relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica.

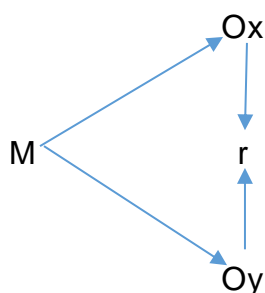
Determinar la relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y los beneficios del comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

Campbell y Stanley (2003), manifiesta que el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desee en una investigación.

El diseño de investigación utilizado en la presente investigación, es el correlacional, cuyo esquema es el siguiente:



Dónde:

M = Muestra seleccionada.

O = Observación.

x = Asociatividad.

y = Comercio justo.

r = Correlación entre variables.

También podemos decir que la investigación correlacional se orienta a dar de conocer el grado de relación que existe entre dos variables o más en un estudio que comparten los mismos sujetos; también mide el grado de relación existente entre dos fenómenos o eventos observados.

2.2 Variables, operacionalización

Tabla 1: Operacionalización de la variable asociatividad

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE 1 <i>Asociatividad</i>	Como una manera de organizarse en grupos pequeños con participación exclusiva de productores agrarios. Basándose para ello en conocimientos que a través de la historia se transmite o en aquellas	Es una forma de agrupación de personas, que buscan lograr un fin común.	Impactos de la asociatividad	Acceso a nuevos nichos de mercado	Ordinal
				Mayor acceso a innovación tecnológica	
				Aumento de la producción	
				Autonomía económica	
				Desarrollo de habilidades y	

	originadas por la implementación de programas específicos para este sector agrario. (Romero, R. 2009)			fortalecimiento de capacidades	
				Mayores ingresos percibidos	
			Motivos	búsqueda de mayores beneficios económicos	
				búsqueda de mayores beneficios sociales	
				reconocen que es más beneficioso que trabajar individualmente	
				buscan ejercer presión política frente a organismos del estado	
				búsqueda de capacitación y tecnología	
				un reto para hacer posible el desarrollo local	
			Factores de éxito	incorporación voluntaria	
				mantiene la autonomía	
				Democracia	
				Trabajo en equipo	
				Confianza	
				ayuda mutua	

Fuente: elaboración propia

Tabla 2: Operacionalización de la variable comercio justo

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTOS	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE 2: Comercio Justo	"Comercio Justo es una forma de comercialización basada en el diálogo, la transparencia y el respeto siempre buscando una equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ya que se encarga de ofertar productos ecológicos garantizando los al consumidor un producto certificado. Young (2003) y en EFTA (2001)	Es una forma de comercializar sus productos, basándose en el dialogo, la transparencia y el respeto; para poder conseguir una rentabilidad económica, social y ambiental con mayores beneficios comerciales.	desarrollo integral	Construcción de capacidades para desarrollar la independencia	Ordinal
				Transparencia y responsabilidad en la gestión	
				Buenas relaciones humanas comerciales	
				Organización y gestión comercial	
				Niveles de bienestar	
				Identificación cultural	
				Desarrollo local	
			sustentabilidad económica, social y ambiental	Pago de un precio justo	
				equidad de género en la remuneración y oportunidades de trabajo	
				respeto de los derechos de los niños y niñas	
				prácticas solidarias	
			Beneficios	conservación del medio ambiente por medio de prácticas ambientalistas	
				Expansión del comercio	
				relaciones comerciales de largo plazo	
				Condiciones de trabajo favorables (ambiente seguro y saludable)	

				Se intentan eliminar los intermediarios del comercio convencional	
				Producción sostenible y amigable con el medio ambiente	

Fuente: elaboración propia

2.3 Población y muestra

Población:

La población es el conjunto de sujetos que comparten por lo menos una característica, sea lugares en común, trabajos, miembros de una mancomunidad, funcionarios de la municipalidad, o similares.

En el presente estudio se considerará como población de estudio a todos los socios integrantes de los 07 Agentes Económicamente Organizados en prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión, tal como se detallada en el siguiente cuadro:

Tabla 3: Población objeto de estudio

Nº	NOMBRE DE LA ASOCIACION	SEXO	CANTIDAD
1	Asociación agropecuaria y artesanal nuevo amanecer de ccochaccasa	MUJERES	7
		VARONES	8
2	Asociación artesanal Zedarts Emely	MUJERES	13
		VARONES	0
3	Asociación de productores alpaqueros pecuarios y servicios multiples de la Región Huancavelica.	MUJERES	7
		VARONES	10
4	Asociación artesanal zedarts fashion	MUJERES	18
		VARONES	2
5	Asociación de mujeres confeccionistas de artesanía textil - confeartex	MUJERES	23
		VARONES	1
6	Asociación de artesanos Yauricocha - ARY	MUJERES	17
		VARONES	1
7	Asociación artesanal textiles wecca	MUJERES	17
		VARONES	1
Total			125

Fuente: relación de socios de los agentes económicamente organizados

Después de hacer un análisis a todos los integrantes de los Agentes económicamente Organizados, se decide realizar la exclusión a los

integrantes de la séptima asociación ya que son los mismos integrantes que la sexta asociación y solo varía por el representante, por lo que la población de estudio queda conformado por 107 socios entre mujeres y varones

Muestra:

Para Ojeda, (2000); la muestra es una fracción de la población o se puede decir que es un subconjunto, que sin embargo tiene la propiedad principal de tener las mismas características de la población, lo que hará posible que el investigador, inferencie sus resultados a la población en estudio, ya que también se considera a la muestra probabilística por cuanto depende de la probabilidad.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Cuando: $Z = 1.96$

$N = 107$

$P = 0.5$

$Q = 0.5$

$E = 0.05$

$$n_0 = \frac{Z^2 N P.Q}{Z^2 P.Q. + (N-1)E^2} = 83.861$$

Después de aplicar la fórmula de muestreo se determina que la población objetivo de estudio será de 84 socios escogidos al azar.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica e instrumentos

Para realizar este trabajo de investigación se procederá a utilizar la técnica de la encuesta, es decir se recogerá los datos a través de un cuestionario con tres opciones de respuesta, es decir se utilizara una escala ordinal (nunca, a veces y siempre)

Recolección de datos

El cuestionario de preguntas consiste en elaborar un formato conteniendo una serie de preguntas abiertas, cerradas o de selección (múltiple o no), que

necesariamente tiene que ser auto administrado sin la intervención del investigador para no influenciar en las respuestas de los encuestados.

Las características del instrumento a aplicar en mi investigación son: contempla una pequeña presentación y objetivo del instrumento; además está conformado de 35 ítems y/o preguntas con 03 opciones de respuesta (nunca, a veces, siempre), por lo que se sugiere marcar solo una de las alternativas para evitar sesgos de interpretación.

Validez

La validez del instrumento de recolección de datos para esta investigación fue dado por medio de la validez de expertos conformado por 1 expertos (ver anexo 02).

Tabla 4: Cuadro de valoración

Apellidos y Nombres	Grado	Valoración
Castillo Mendoza, Helsides Leandro	Doctor en Derecho y Magister en Gestión Publica	74% Buena

Confiabilidad

La confiabilidad de los datos se realizó por medio de la técnica de las mitades partidas en la que el coeficiente de confiabilidad es de 0.93695 para la variable asociatividad y 0.94282 para la variable comercio justo (ver anexo 03)

2.5 Métodos de análisis de datos

Se utilizarán cuestionarios para la recolección de datos primarios de la investigación aplicados a cada uno los integrantes de los Agentes Económicamente Organizados.

La información será tabulada e ingresada en una base de datos para su posterior análisis estadístico, diseño de gráficos y cuadros para luego realizar los análisis respectivos. Esta información servirá para realizar nuestra investigación de forma objetiva.

Luego de la captación de las encuestas se procederá a la tabulación electrónica de los datos utilizando el programa SPSS v 23 y se realizarán

cuadros de frecuencia absoluta y porcentual para una objetiva visualización de los datos, además se recurrirá al apoyo de gráficas para dar una visión más clara de los resultados arrojados por la población objeto de estudio.

2.6 Aspectos éticos

Para poder realizar este trabajo de investigación se tomó en cuenta: el protocolo de investigación de la universidad cesar vallejo (diseño de tesis), las normas APPA normas vigentes en investigación, etc.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados descriptivos de la Variable Asociatividad

La descripción de los resultados para la variable asociatividad se da por analizar a cada una de sus dimensiones.

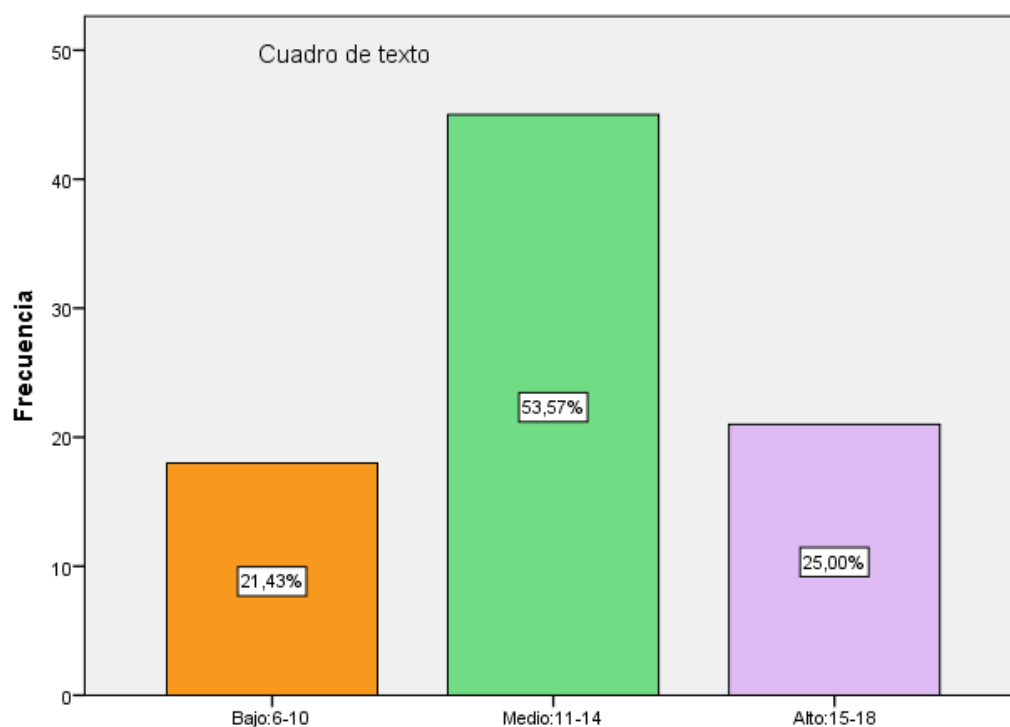
Tabla 5: Impactos de la Asociatividad

NIVEL	Frecuencia	Porcentaje
Bajo:6-10	18	21,4
Medio:11-14	45	53,6
Alto:15-18	21	25,0
Total	84	100,0

FUENTE: Base de datos de la investigadora SPSS V23

En la tabla 5, se observan los resultados de los impactos de la Asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión. En ella se aprecia que 18 socios opinaron que la asociatividad tiene bajos impactos, 45 socios señalan que los impactos son medios, y 21 socios señalan que los impactos son altos, para mejor comprensión véase la siguiente figura:

Figura 1: Impactos de la asociatividad



Fuente: Tabla 5.

En la figura 1 se aprecia los resultados porcentuales de los impactos de la asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión; donde el 53,57% opinaron que los impactos de la asociatividad son regulares, de la misma manera se aprecia que el 25,0% opina que los impactos son buenos y solo el 21,43% opina que los impactos de la Asociatividad son bajos.

En la tabla 5 y figura 1, se aprecia que el nivel predominante de los impactos de la asociatividad según la perspectiva de los socios es Regular. Lo que significa que la mayoría de los socios considera que la asociatividad genera algunas veces impacto en el comercio Justo de sus prendas de vestir a base de fibra de alpaca, mediante el acceso a nuevos nichos de mercado, acceso a tecnologías nuevas, incremento de su producción, asesorías y capacitaciones para la mejora de su calidad generándoles autonomía económica y mayores ingresos.

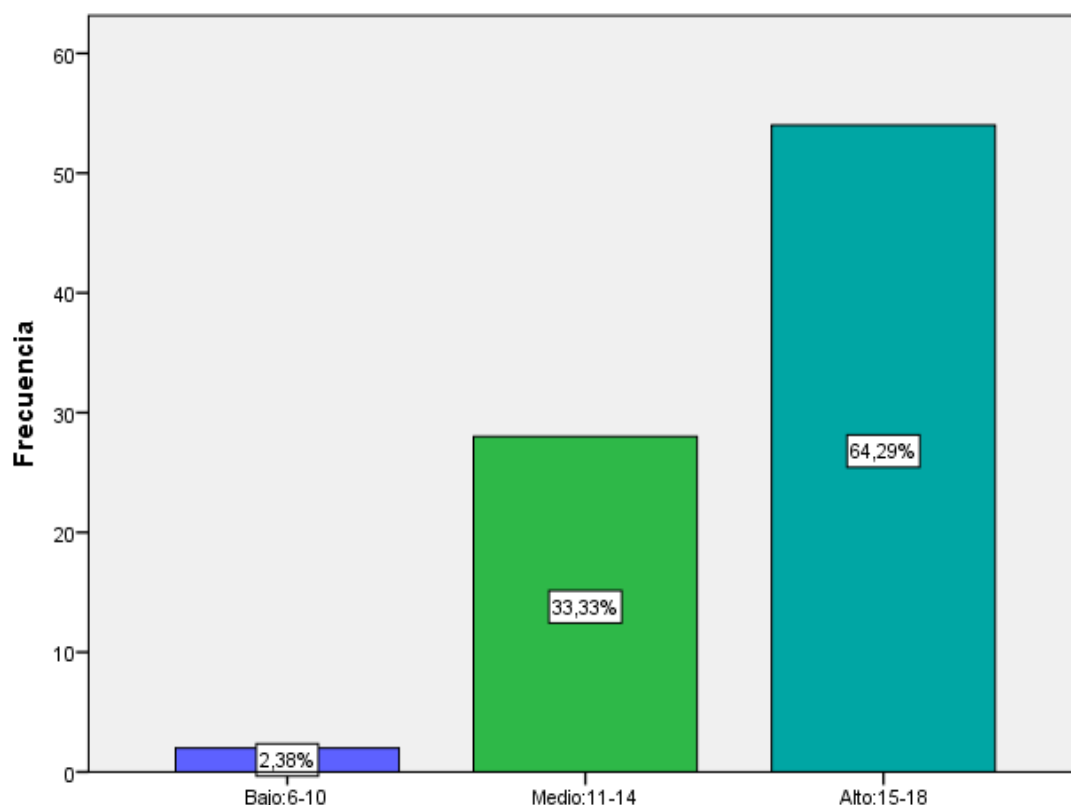
Tabla 6: Motivos de la Asociatividad

NIVEL	Frecuencia	Porcentaje
Bajo:6-10	2	2,4
Medio:11-14	28	33,3
Alto:15-18	54	64,3
Total	84	100,0

FUENTE: Base de datos de la investigadora SPSS V23

En la tabla 6, se aprecia los resultados de los Motivos de la Asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión. En ella se aprecia que 54 socios opinan tener los mismos motivos de asociatividad, mientras que 28 socios opinan tener regulares motivos y solo 2 socios no coinciden con los motivos que les llevo a asociarse, para su mayor comprensión véase la siguiente figura.

Figura 2: Motivos de la asociatividad



Fuente: Tabla 6

En la figura 2 se aprecia los resultados porcentuales de los Motivos que generaron la asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión, donde el 64,29% se ubican en el nivel Alto es decir comparten los mismos motivos, de la misma manera se aprecia que el 33,33% en el nivel medio compartiendo algunos de los motivos y solo el 2,38% no comparten los motivos que les llevo a asociarse.

En la tabla 6 y figura 2, se aprecia que el nivel predominante de los Motivos que generaron la asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión es Alto lo que significa que la mayoría de los socios considera que tuvieron los mismos motivos para asociarse es decir comparten la idea de la búsqueda de mayores beneficios económicos, búsqueda de mayores beneficios sociales, reconocen que es más beneficioso que trabajar individualmente, ejercen presión frente a entidades del

estado, reciben capacitaciones y tecnologías, consideran que la asociatividad hace posible el desarrollo local.

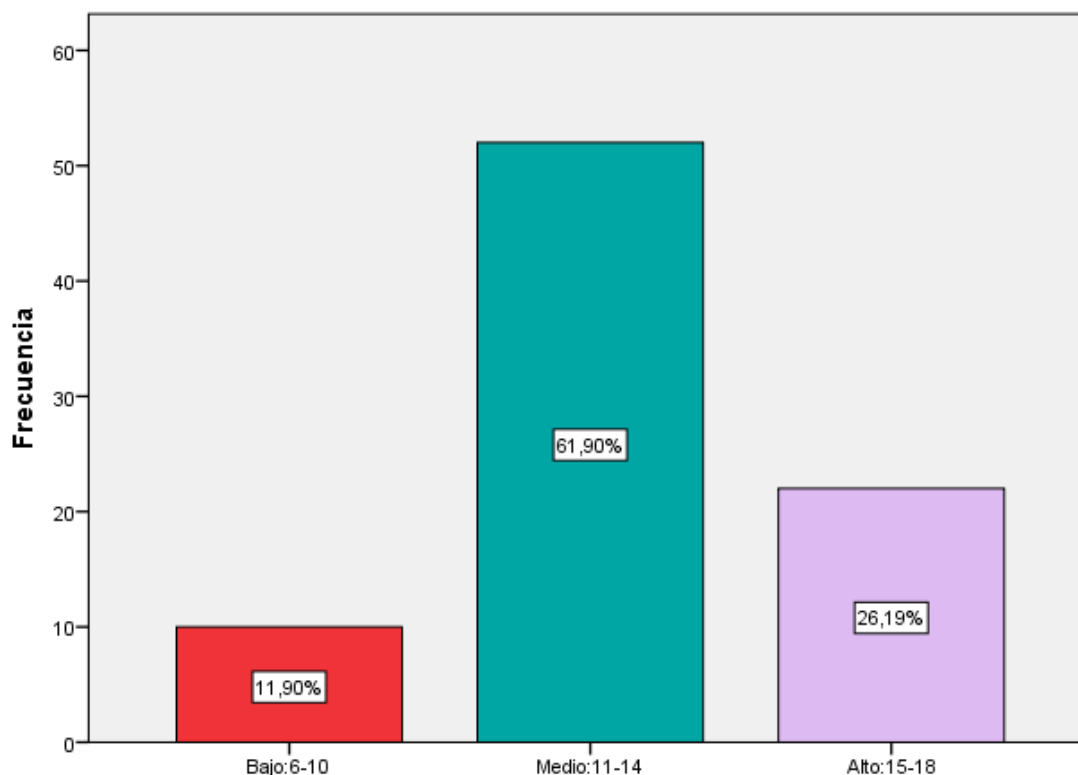
Tabla 7: Factores de Éxito de la Asociatividad

NIVEL	Frecuencia	Porcentaje
Bajo:6-10	10	11,9
Medio:11-14	52	61,9
Alto:15-18	22	26,2
Total	84	100,0

FUENTE: Base de datos de la investigadora SPSS V23

En la tabla 7, se aprecia los resultados de los Factores de éxito de la Asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión. En ella se aprecia que 52 socios opinaron que los factores de éxitos de la asociatividad son regulares, 22 socios opinan que son buenos factores de éxito y 10 socios opinan que los factores de éxito son bajos, para su mayor comprensión véase la siguiente figura.

Figura 3: Factores de éxito de la asociatividad



Fuente: Tabla 7

En la figura 3 se aprecia los resultados porcentuales de los Factores de éxito de la asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión, donde el 61,90 % opinan que hay factores de éxito en la asociatividad y son medio, de la misma manera se aprecia que el 26,19% consideran a los factores de éxito en el nivel alto y el 11,90% socios consideran a los factores de éxito en el nivel bajo.

En la tabla 7 y figura 3, se aprecia que el nivel predominante de los Factores de éxito de la asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de vestir del Distrito de Ascensión es el nivel Medio lo que significa que la mayoría de los socios considera que tienen que cumplir con algunos factores para poder conseguir un éxito en su organización, entre estos factores se considera a una incorporación voluntaria, mantener autonomía, practicar la democracia, trabajo en equipo, practicar la confianza y la ayuda mutua.

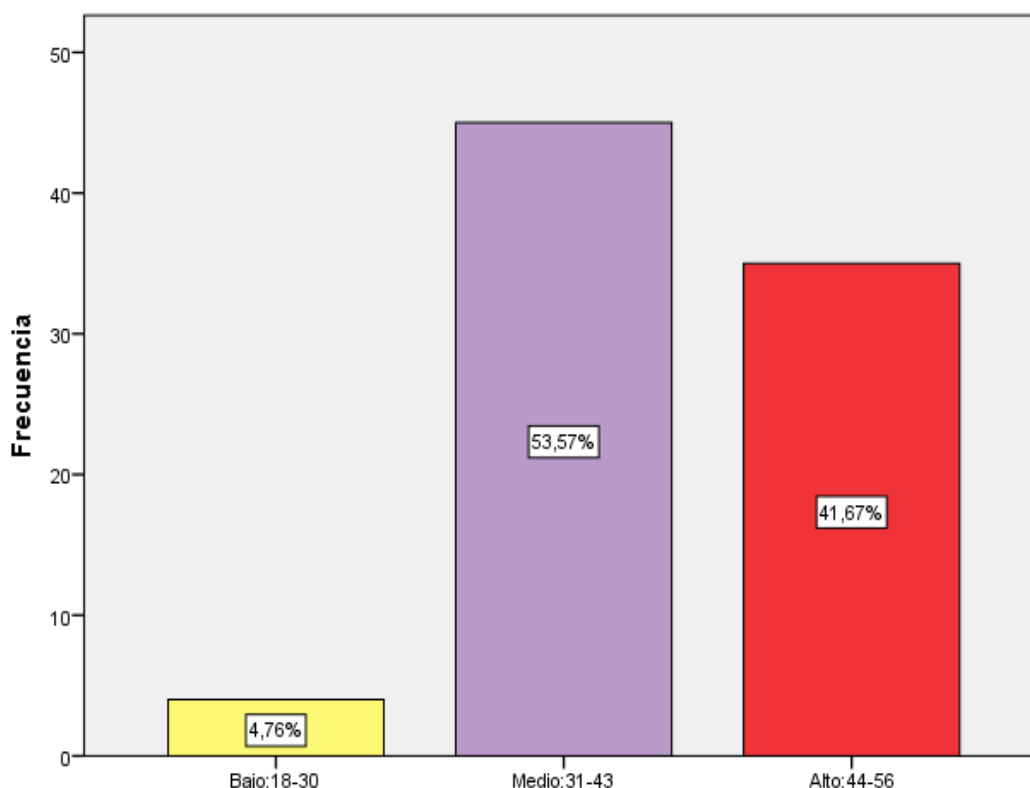
Tabla 8: Asociatividad de Agentes económicamente organizados

NIVEL	Frecuencia	Porcentaje
Bajo:18-30	4	4,8
Medio:31-43	45	53,6
Alto:44-56	35	41,7
Total	84	100,0

FUENTE: Base de datos de la investigadora SPSS V23

En la tabla 8, se aprecia los resultados de la Asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión. En ella se aprecia que 45 se encuentran en el nivel Medio, 35 se ubican en el nivel Alto y solo 4 se ubican en el nivel bajo, para su mayor comprensión véase la siguiente figura.

Figura 4: Asociatividad de Agentes económicamente organizados



Fuente: Tabla 8

En la figura 4 se aprecia los resultados porcentuales de la asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de vestir de fibra de alpaca del Distrito de Ascensión, donde el 53,57 % se ubican en el nivel Medio, de la misma manera se aprecia que el 41,67% en el nivel Alto y el 4,76% en el nivel bajo.

En la tabla 8 y figura 4, se aprecia que el nivel predominante de la asociatividad de los Agentes Económicamente Organizados de prendas de vestir de fibra de alpaca del Distrito de Ascensión es el nivel Medio lo que significa que la mayoría de los socios consideran que tienen que cumplir con algunos factores para poder conseguir un éxito en su organización, entre estos factores se considera a una incorporación voluntaria, mantener autonomía, practicar la democracia, trabajo en equipo, practicar la confianza y la ayuda mutua.

3.2 Resultados descriptivos de la Variable comercio justo

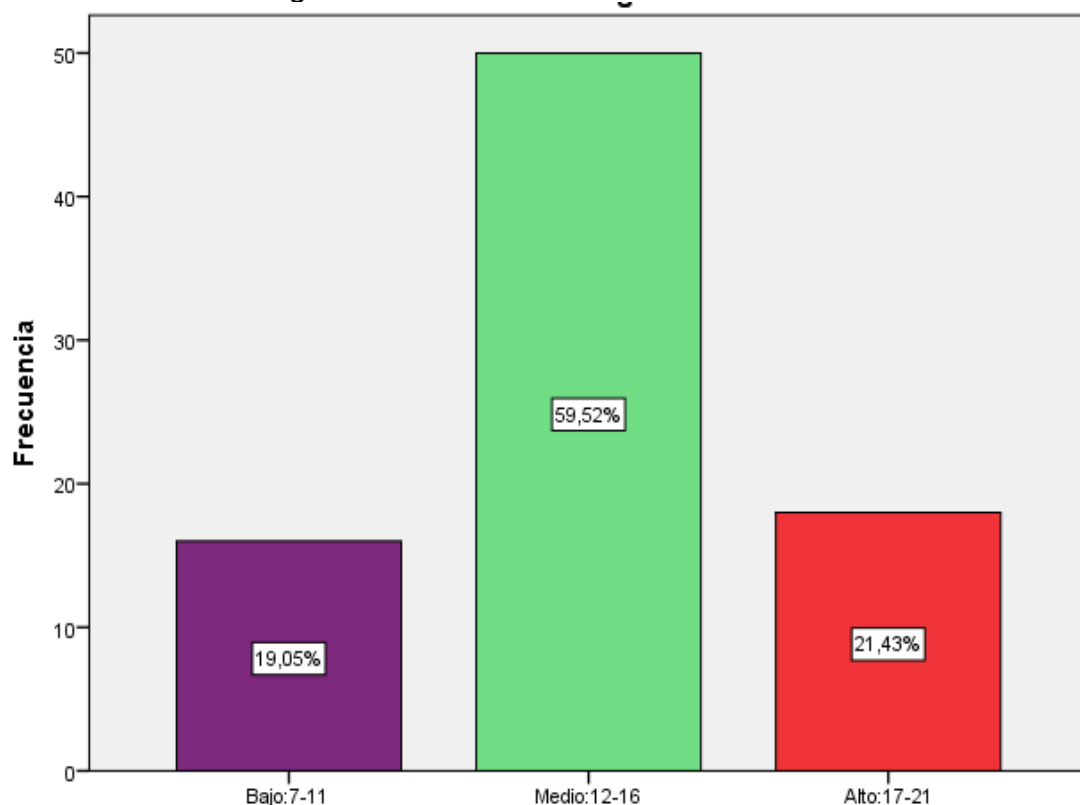
Tabla 9: Desarrollo integral

NIVEL	Frecuencia	Porcentaje
Bajo:7-11	16	19,0
Medio:12-16	50	59,5
Alto:17-21	18	21,4
Total	84	100,0

FUENTE: Base de datos de la investigadora SPSS V23

En la tabla 9, se aprecia los resultados del Desarrollo integral en el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión. En ella se aprecia que 50 se encuentran en el nivel Medio, 18 se ubican en el nivel Alto y solo 16 se ubican en el nivel bajo, para su mayor comprensión véase la siguiente figura.

Figura 5: Desarrollo integral



Fuente: Tabla 9

En la figura 5 se aprecia los resultados porcentuales del Desarrollo integral en el comercio justo de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de

Ascensión, donde el 59.52 % se ubican en el nivel Medio, de la misma manera se aprecia que el 21.43% en el nivel Alto y el 19.05% en el nivel bajo.

En la tabla 9 y figura 5, se aprecia que el nivel predominante del Desarrollo integral en el comercio justo de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión es el nivel Medio lo que significa que la mayoría de los socios cree que tienen un desarrollo integral medianamente ya que recibieron algunas capacitaciones, creen que existe transparencia y responsabilidad en la gestión, buenas relaciones humanas comerciales, organización y gestión comercial, mejores niveles de bienestar, conservan su identificación cultural, y se generó un desarrollo local.

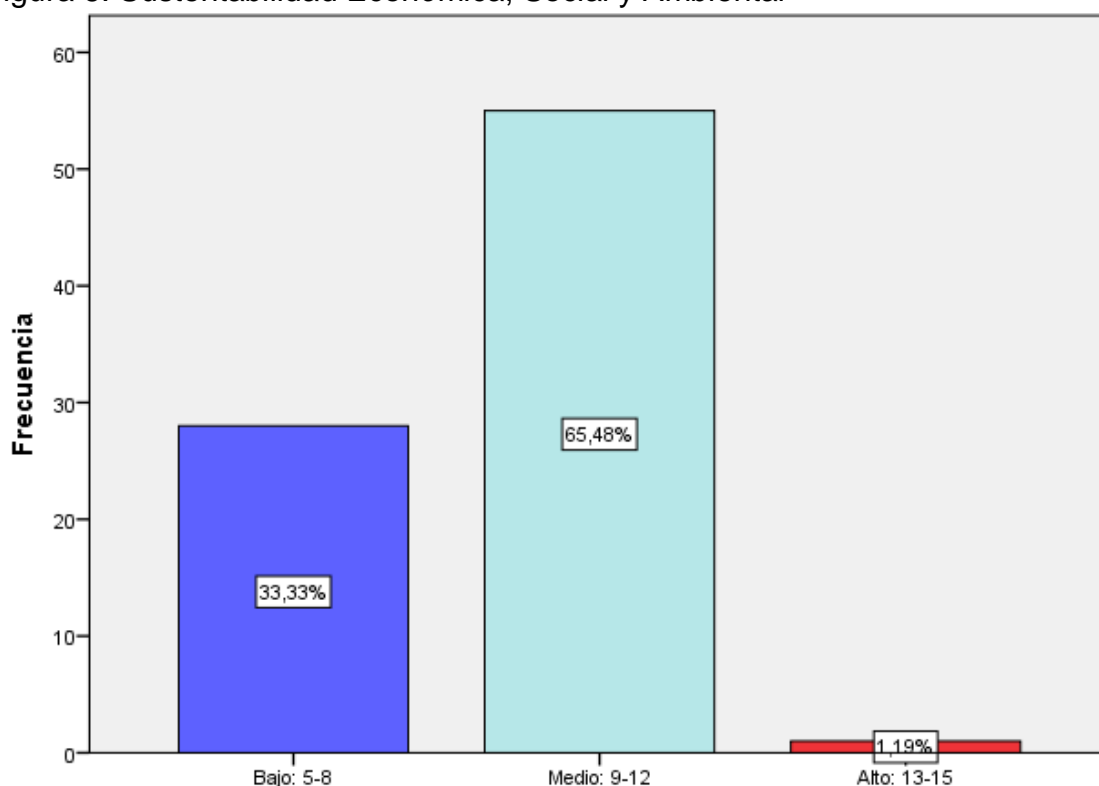
Tabla 10: Sustentabilidad Económica, Social y Ambiental

NIVEL	Frecuencia	Porcentaje
Bajo: 5-8	28	33,3
Medio: 9-12	55	65,5
Alto: 13-15	1	1,2
Total	84	100,0

FUENTE: Base de datos de la investigadora SPSS V23

En la tabla 10, se aprecia los resultados de la Sustentabilidad económica, social y ambiental en el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión. En ella se aprecia que 55 se encuentran en el nivel Medio, 28 se ubican en el nivel Bajo y solo 1 se ubican en el nivel Alto, para su mayor comprensión véase la siguiente figura.

Figura 6: Sustentabilidad Económica, Social y Ambiental



Fuente: Tabla 10

En la figura 6 se aprecia los resultados porcentuales de la Sustentabilidad económica, social y ambiental en el comercio justo de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión, donde el 65,48 % se ubican en el nivel Medio, de la misma manera se aprecia que el 33,33% en el nivel Bajo y el 1,19% en el nivel Alto.

En la tabla 10 y figura 6, se aprecia que el nivel predominante de la Sustentabilidad económica, social y ambiental en el comercio justo de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión es el nivel Medio lo que significa que la mayoría de los socios creen tener medianamente una Sustentabilidad económica, social y ambiental por medio de un precio justo, practican la equidad de género y la oportunidad laboral, respetan los derechos de los niños y niñas, Existe prácticas solidarias y realizan prácticas de conservación del medio ambiente.

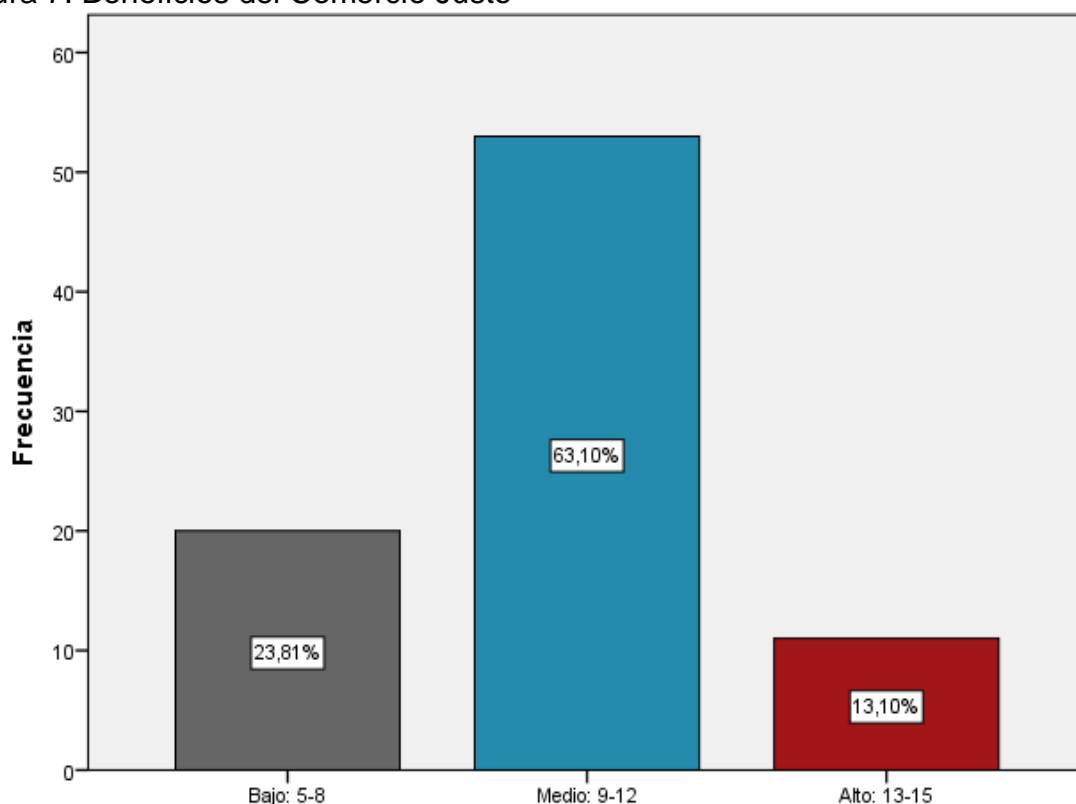
Tabla N° 11: Beneficios del Comercio Justo

NIVELES	Frecuencia	Porcentaje
Bajo: 5-8	20	23,8
Medio: 9-12	53	63,1
Alto: 13-15	11	13,1
Total	84	100,0

FUENTE: Base de datos de la investigadora SPSS V23

En la tabla 11, se aprecia los resultados de la Sustentabilidad económica, social y ambiental en el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión. En ella se aprecia que 55 se encuentran en el nivel Medio, 28 se ubican en el nivel Bajo y solo 1 se ubican en el nivel Alto, para su mayor comprensión véase la siguiente figura.

Figura 7: Beneficios del Comercio Justo



Fuente: Tabla 11

En la figura 7 se aprecia los resultados porcentuales de los Beneficios del Comercio Justo de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión, donde el 63,10 % se ubican en el nivel Medio, de la misma manera se aprecia que el 23,81% en el nivel Bajo y el 13,10% en el nivel Alto.

En la tabla 11 y figura 7, se aprecia que el nivel predominante de los Beneficios del comercio justo de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión es el nivel Medio lo que significa que la mayoría de los socios creen haber obtenido medianamente beneficios con el comercio de sus prendas de vestir de fibra de alpaca, obteniendo una expansión comercial, relaciones comerciales a largo plazo, condiciones de trabajo favorables, eliminando a los intermediarios y teniendo una sostenibilidad del medio ambiente.

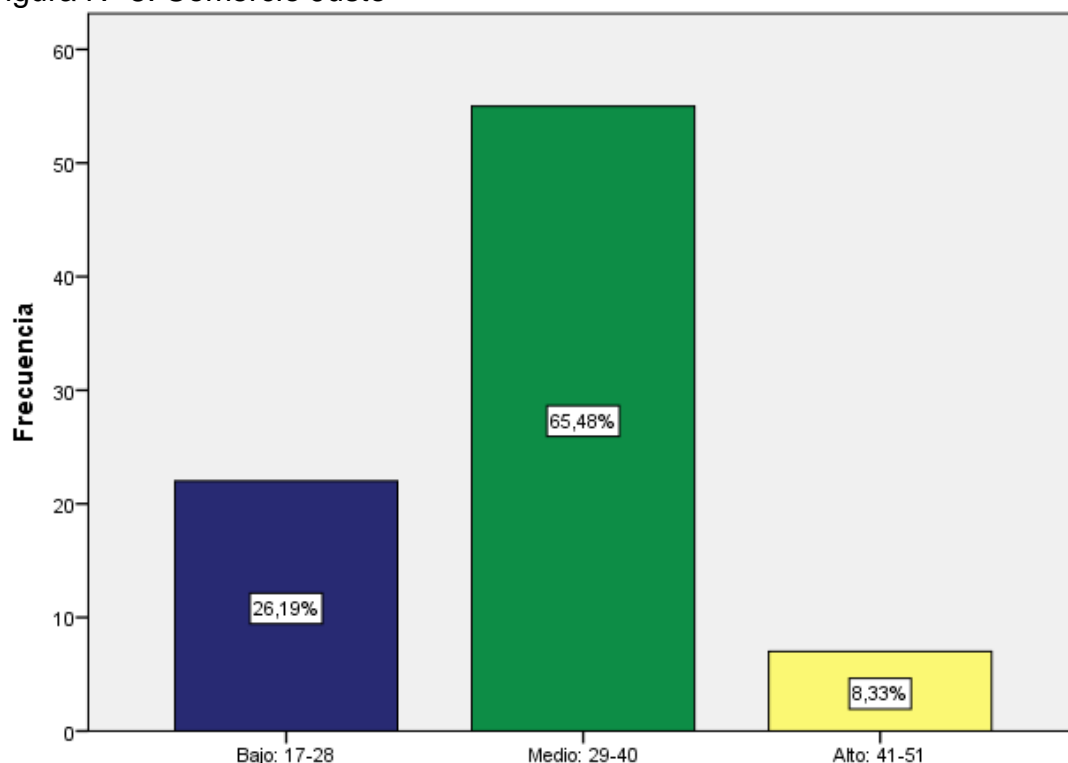
Tabla 12: Comercio Justo

NIVEL	Frecuencia	Porcentaje
Bajo: 17-28	22	26,2
Medio: 29-40	55	65,5
Alto: 41-51	7	8,3
Total	84	100,0

FUENTE: Base de datos de la investigadora SPSS V23

En la tabla N° 12, se aprecia los resultados del comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión. En ella se aprecia que 55 se encuentran en el nivel Medio, 22 se ubican en el nivel Bajo y 7 se ubican en el nivel Alto, para su mayor comprensión véase la siguiente figura.

Figura N° 8: Comercio Justo



Fuente: Tabla 12

En la figura N° 8 se aprecia los resultados porcentuales del Comercio Justo de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión, donde el 65,48 % se ubican en el nivel Medio, de la misma manera se aprecia que el 26,19% en el nivel Bajo y el 8,33% en el nivel Alto.

En la tabla 12 y figura N°8, se aprecia que el nivel predominante de los Beneficios del comercio justo de prendas de vestir de fibra de alpacas del Distrito de Ascensión es el nivel Medio lo que significa que la mayoría de los socios creen haber obtenido medianamente un comercio justo de sus prendas de vestir de fibra de alpaca, obteniendo beneficios, desarrollo integral con sustentabilidad económica, social y ambiental.

3.3 Prueba de hipótesis

La prueba de hipótesis es un criterio que nos ayuda a decidir si se acepta o rechaza una afirmación, teniendo en cuenta las evidencias proporcionada o evaluadas en una muestra de datos, la prueba de hipótesis se encarga de

evaluar dos alternativas de hipótesis completamente opuestas: la hipótesis nula y la hipótesis alternativa. La hipótesis nula es el enunciado que se probará. Por lo general, la hipótesis nula es un enunciado de que "no hay efecto" o "no hay diferencia". La hipótesis alternativa es el enunciado que se desea poder concluir que es verdadero de acuerdo con la evidencia proporcionada por los datos de la muestra; para lo cual esta investigación utilizará el Tau b de Kendal que consiste en el valor de 1 significa una concordancia de acuerdos total y el valor 0 un desacuerdo total.

Tabla N° 13: Valores de correlación

Tipo de correlación	Valor
Correlación negativa perfecta	-1
Correlación negativa muy fuerte	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna	-0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta	+1

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2010)

a. Prueba de hipótesis general

Existe relación significativa entre la asociativa de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de vestir a base de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica.

1. Planteamiento de hipótesis estadístico:

Hipótesis nula: H_0

No existe relación significativa entre la asociativa de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica

$p = -0,09$ a $+0,09$

Hipótesis alterna: H_1

Existe relación significativa entre la asociativa de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica.

$p \neq -0,09$ a $+0,09$

2. Nivel de significancia o riesgo

Se utilizara el nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ (5%)

3. Estadígrafo de prueba:

Se utilizara el Tau b de Kendal.

4. Calcular los valores de la prueba estadística

Tabla 14: prueba de Correlaciones para la asociatividad y el comercio justo.

		Asociatividad	Comercio Justo
Asociatividad	Coeficiente de correlación	1,000	-,555**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	84	84
Comercio Justo	Coeficiente de correlación	-,555**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	84	84

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

5. Establecer el valor o región crítica y la regla de decisión.

Se acepta la Hipótesis nula: si el nivel de significancia es menor o igual al nivel de significancia bilateral asintótica.

Se acepta la hipótesis alterna: si el nivel de significancia es mayor que el nivel de significancia asintótica.

6. Decisión estadística.

Como $p_{c(0,000)} < p_{t(0,05)}$, existe una correlación significativa, puesto que el nivel de significancia bilateral es 0% menor al nivel de significancia de 5%. Por tanto se acepta la Hipótesis alterna.

7. Conclusión estadística.

Existe relación significativa entre la asociativa de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.555^{**} , lo que nos indica que si hay un cambio en la asociatividad, el comercio justo se modificara hacia lo contrario, esto por existir una correlación negativa.

b. Prueba de hipótesis específicas.

Hipótesis específica N° 1:

Existe relación entre los Impactos de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

1. Planteamiento de hipótesis estadístico:

Hipótesis nula: H_0

No existe relación significativa entre los Impactos de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$\rho = -0,09$ a $+0,09$

Hipótesis alterna: H_1

Existe relación significativa entre los Impactos de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica.

$\rho \neq -0,09$ a $+0,09$

2. Nivel de significancia o riesgo

Se utilizara el nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ (5%)

3. Estadígrafo de prueba:

Se utilizara el Tau b de Kendal.

4. Calcular los valores de la prueba estadística

Tabla 15: prueba de Correlaciones para los impactos de la asociatividad y el comercio justo

		Impactos de la Asociatividad	Comercio Justo
Impactos de la Asociatividad	Coeficiente de correlación	1,000	-,574**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	84	84
Comercio Justo	Coeficiente de correlación	-,574**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	84	84

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

5. Establecer el valor o región crítica y la regla de decisión.

Se acepta la Hipótesis nula: si el nivel de significancia es menor o igual al nivel de significancia bilateral asintótica.

Se acepta la hipótesis alterna: si el nivel de significancia es mayor que el nivel de significancia asintótica.

6. Decisión estadística.

Como $\rho_c(0,000) < \rho_t(0,05)$, existe una correlación significativa, puesto que el nivel de significancia bilateral es 0% menor al nivel de significancia de 5%. Por tanto se acepta la Hipótesis alterna.

7. Conclusión estadística.

Existe relación significativa entre los Impactos de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.574**, lo que nos indica que si existe impactos de la asociatividad el comercio justo se modificará inversamente.

Hipótesis específica N° 2:

Existe relación entre los motivos que llevo a los agentes económicamente organizado a asociarse y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

1. Planteamiento de hipótesis estadístico:

Hipótesis nula: H_0

No existe relación significativa entre los motivos que llevo a los agentes económicamente organizado a asociarse y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$$\rho = -0,09 \text{ a } +0,09$$

Hipótesis alterna: H_1

Existe relación significativa entre los motivos que llevo a los agentes económicamente organizado a asociarse y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$$\rho \neq -0,09 \text{ a } +0,09$$

2. Nivel de significancia o riesgo

Se utilizara el nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ (5%)

3. Estadígrafo de prueba:

Se utilizara el Tau b de Kendal.

4. Calcular los valores de la prueba estadística

Tabla 16: prueba de Correlaciones Tau_b de Kendall para los motivos de la asociatividad y el comercio justo

		Motivos de Asociatividad	Comercio Justo
Motivos de Asociatividad	Coefficiente de correlación	1,000	-,259**
	Sig. (bilateral)	.	,002
	N	84	84
Comercio Justo	Coefficiente de correlación	-,259**	1,000
	Sig. (bilateral)	,002	.
	N	84	84

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

5. Establecer el valor o región crítica y la regla de decisión.

Se acepta la Hipótesis nula: si el nivel de significancia es menor o igual al nivel de significancia bilateral asintótica.

Se acepta la hipótesis alterna: si el nivel de significancia es mayor que el nivel de significancia asintótica.

6. Decisión estadística.

Como $\rho_c(0,002) < \rho_t(0,05)$, existe una correlación significativa, puesto que el nivel de significancia bilateral es 0% menor al nivel de significancia de 5%. Por tanto se acepta la Hipótesis alterna.

7. Conclusión estadística.

Existe relación significativa entre los Motivos que generaron la asociatividad y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.002; y una Tau b -0.259**; los que nos indica que la correlación negativa, es decir que si se modifica los motivos de la asociatividad, el comercio justo tendría un cambio inverso.

Hipótesis específica N° 3:

Existe relación entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

1. Planteamiento de hipótesis estadístico:

Hipótesis nula: H_0

No existe relación significativa entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$$\rho = -0,09 \text{ a } +0,09$$

Hipótesis alterna: H_1

Existe relación significativa entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$$\rho \neq -0,09 \text{ a } +0,09$$

2. Nivel de significancia o riesgo

Se utilizara el nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ (5%)

3. Estadígrafo de prueba:

Se utilizara el Tau b de Kendal.

4. Calcular los valores de la prueba estadística

Tabla 17: prueba de Correlaciones Tau_b de Kendall éxitos de la asociatividad y el comercio justo.

		Éxito de la Asociatividad	Comercio Justo
Éxito de la Asociatividad	Coeficiente de correlación	1,000	-,412**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	84	84
Comercio Justo	Coeficiente de correlación	-,412**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	84	84

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

5. Establecer el valor o región crítica y la regla de decisión.

Se acepta la Hipótesis nula: si el nivel de significancia es menor o igual al nivel de significancia bilateral asintótica.

Se acepta la hipótesis alterna: si el nivel de significancia es mayor que el nivel de significancia asintótica.

6. Decisión estadística.

Como $\rho_{c(0,000)} < \rho_t(0,05)$, existe una correlación significativa, puesto que el nivel de significancia bilateral es 0% menor al nivel de significancia de 5%. Por tanto se acepta la Hipótesis alterna.

7. Conclusión estadística.

Existe relación significativa entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.412**, lo que nos indica que el cambio de una variable predice el cambio de la otra variable de forma inversa.

Hipótesis específica N° 4:

Existe relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el desarrollo integral del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

1. Planteamiento de hipótesis estadístico:

Hipótesis nula: H_0

No existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el desarrollo integral del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$$\rho = -0,09 \text{ a } +0,09$$

Hipótesis alterna: H_1

Existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el desarrollo integral del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$$\rho \neq -0,09 \text{ a } +0,09$$

2. Nivel de significancia o riesgo

Se utilizara el nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ (5%)

3. Estadígrafo de prueba:

Se utilizara el Tau b de Kendal.

4. Calcular los valores de la prueba estadística

Tabla 18: prueba de Correlaciones Tau_b de Kendall para el desarrollo integral del comercio justo y la asociatividad.

		Desarrollo Integral	Asociatividad
Desarrollo Integral	Coeficiente de correlación	1,000	-,512**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	84	84
Asociatividad	Coeficiente de correlación	-,512**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	84	84

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

5. Establecer el valor o región crítica y la regla de decisión.

Se acepta la Hipótesis nula: si el nivel de significancia es menor o igual al nivel de significancia bilateral asintótica.

Se acepta la hipótesis alterna: si el nivel de significancia es mayor que el nivel de significancia asintótica.

6. Decisión estadística.

Como $\rho_c(0,000) < \rho_t(0,05)$, existe una correlación significativa, puesto que el nivel de significancia bilateral es 0% menor al nivel de significancia de 5%. Por tanto se acepta la Hipótesis alterna.

7. Conclusión estadística.

Existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el desarrollo integral del comercio de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.512**, indicándonos que si se da un cambio en el cambio en el desarrollo integral del comercio justo, la asociatividad cambiará en forma inversa.

Hipótesis específica N° 5:

Existe relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

1. Planteamiento de hipótesis estadístico:

Hipótesis nula: H_0

No existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$\rho = -0,09$ a $+0,09$

Hipótesis alterna: H₁

Existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$\rho \neq -0,09$ a $+0,09$

2. Nivel de significancia o riesgo

Se utilizara el nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ (5%)

3. Estadígrafo de prueba:

Se utilizara el Tau b de Kendal.

4. Calcular los valores de la prueba estadística

Tabla 19: prueba de Correlaciones para la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio justo y la asociatividad.

		Sustentabilidad Económica, Social y Ambiental		Asociatividad
Sustentabilidad Económica, Social y Ambiental	Coeficiente de correlación	1,000	-,501**	
	Sig. (bilateral)	.	,000	
	N	84	84	
Variable Asociatividad	Coeficiente de correlación	-,501**	1,000	
	Sig. (bilateral)	,000	.	
	N	84	84	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

5. Establecer el valor o región crítica y la regla de decisión.

Se acepta la Hipótesis nula: si el nivel de significancia es menor o igual al nivel de significancia bilateral asintótica.

Se acepta la hipótesis alterna: si el nivel de significancia es mayor que el nivel de significancia asintótica.

6. Decisión estadística.

Como $\rho_{c(0,000)} < \rho_t(0,05)$, existe una correlación significativa, puesto que el nivel de significancia bilateral es 0% menor al nivel de significancia de 5%. Por tanto se acepta la Hipótesis alterna.

7. Conclusión estadística.

Existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.501**, lo que nos indica que si se da un cambio en la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio, la asociatividad tendrá un cambio inverso.

Hipótesis específica N° 6

Existe relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y los beneficios del comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

1. Planteamiento de hipótesis estadístico:

Hipótesis nula: H_0

No existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y los beneficios del comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$$\rho = -0,09 \text{ a } +0,09$$

Hipótesis alterna: H_1

Existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y los beneficios del comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca.

$$\rho \neq -0,09 \text{ a } +0,09$$

2. Nivel de significancia o riesgo

Se utilizara el nivel de significancia de $\alpha = 0,05$ (5%)

3. Estadígrafo de prueba:

Se utilizara el Tau b de Kendal.

4. Calcular los valores de la prueba estadística

Tabla 20: prueba de Correlaciones para los beneficios del comercio justo y la asociatividad

		Beneficios del Comercio Justo	Asociatividad
Beneficios del Comercio Justo	Coeficiente de correlación	1,000	-,462**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	84	84
Asociatividad	Coeficiente de correlación	-,462**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	84	84

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

5. Establecer el valor o región crítica y la regla de decisión.

Se acepta la Hipótesis nula: si el nivel de significancia es menor o igual al nivel de significancia bilateral asintótica.

Se acepta la hipótesis alterna: si el nivel de significancia es mayor que el nivel de significancia asintótica.

6. Decisión estadística.

Como $\rho_c(0,000) < \rho_t(0,05)$, existe una correlación significativa, puesto que el nivel de significancia bilateral es 0% menor al nivel de significancia de 5%. Por tanto se acepta la Hipótesis alterna.

7. Conclusión estadística.

Existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y los beneficios del comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.462**, lo que nos indica que si se diera un cambio en los beneficios del comercio justo, los cambios de la asociatividad se darían en forma inversa.

IV. DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como objetivo identificar y describir la correlación que existe entre la asociatividad y el comercio justo de prendas de fibra de alpaca. Sobre todo, se pretendió examinar si la asociatividad de los agentes económicamente organizados influyó o no en el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca. A continuación, se compararán los principales hallazgos de este estudio con otros resultados de otras investigaciones similares.

Después de procesar los datos y obtener los resultados, se puede deducir que la Asociatividad se genera con buenas expectativas, ya que todo productor busca mayores beneficios económicos y sociales, además creen que en grupo se ejerce mayor presión a entidades públicas para recibir capacitaciones y tecnologías de esta manera generar desarrollo local; el hecho de que, al momento del estudio, aproximadamente la mitad de los encuestados hayan obtenido medianamente impactos, hayan compartido los mismos motivos y factores para asociarse; sin embargo en la prueba de hipótesis se ha podido comprobar que la correlación es negativa media entre la asociativa de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica. Por ello estos resultados no son comparables con otros estudios como **Soto, O. (2014)** quien estudió el modelo Asociativo en paltas en la que determino que se necesita la agrupación de productores generando asociaciones, ya que más del 75% de los productores agropecuarios, señalan que si estaría dispuesto a constituir un modelo asociativo con el único fin de mejorar su producción pero casi el 100% no acepta con claridad la agrupación y sus razones se encuentra en ellos mismos. **Ardila, F. (2008)** estudiando la Propuesta de Asociatividad para el sector agropecuario encontró que gracias a la asociatividad de los productores de panela enfrentaron exitosamente la nueva normatividad para producción y comercialización, sin embargo fue necesario que se plantee algunos protocolos para mejorar el manejo empresarial, tomando en cuenta el consenso, y la constitución de una asamblea de asociados con todos su reglamento.

Otro resultado encontrado en este estudio es que existe relación significativa entre los Impactos de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca

del distrito de Ascensión – Huancavelica, sin embargo la correlación es negativa media lo que nos indica que a mayores impactos de la asociatividad existe menor comercio justo, y estos resultados no concuerdan con los encontrados por **Maldonado, G.M. (2012)** quien identificó asociatividad genera consolidación exitosa pero se tiene que cumplir algunos factores como son: respeto por la autonomía de sus bases es decir descentralizando del poder y distribuyeron recursos y funciones), también practicaron la democracia para la toma de decisiones, y siempre conformaron un equipo con capacidad de gestión con conocimientos multidisciplinarios para garantizar la transparencia y el desarrollo de conocimientos; **Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño del Gobierno de Chile, 2015**, encontró que el impacto de los procesos de integración no responder a un proceso netamente económico más bien lo que se busca es tener una representatividad, servicios, asesoría técnica, capacitaciones y discusiones de problemas comunes de los afiliados, hoy en día los aspectos sociales son parte de la discusión ya que la identidad y progreso social ha terminado siendo el eje articulador de las formas de organización; **Lozano, F. (2010)** determinó que participar en esquemas de asociatividad exportadora siempre apunta a conseguir beneficios sobre todo para las empresas participante: también les ayuda evaluar y conocer su verdadero nivel de productividad ya que se comparan con sus competidores de otros mercados; también les permite calcular su verdadera capacidad gerencial y organizacional para acomodarse a nuevos modelos de gestión que impliquen trabajar asociativamente; acceder a niveles de tecnología superior; les permite conocer su verdadero poder de negociación contando que ellos mismos manejan sus propios costos y los costos compartidos de la cadena asociativa para generar precios atractivos y rentabilidades más atractivos en la producción. **ROJAS, F. (2013)** en su investigación concluyó que el desarrollo en las asociatividades produce dos impactos positivos: primer impacto económico positivo es: que se logra la implementación de capacitaciones que pueden ser dadas por técnicos, especialista directamente privados, o de asociaciones o federaciones gubernamentales y dotación de tecnología para mejorar la competitividad de los eslabones de las cadenas agrícolas permitiendo mejorar la calidad en la producción; el segundo

impacto económico es conseguir bajos precios por los insumos gracias a la unión de varios productores ya que es más económico comprar en asociación que comprar individualmente.

Otro de los resultados encontrados en este estudio es que existe relación significativa entre los Motivos que generaron la asociatividad y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, y una correlación negativa media, lo que no concuerdan con los encontrados por **Rivera X. (2011)**, quien evaluó la asociatividad microempresarial y género, encontrando que las socias identificaron diversas motivaciones para desempeñarse como microempresarias, sin embargo más del 50% de ellas coincide en que ellas eligieron voluntariamente a trabajar como independientes ya que no les obligaron; sin embargo las empresarias que si se vieron de alguna manera obligadas a asociarse, en la actualidad siguen trabajando de esta forma y no tienen ningún problema; para **Esquivia, L, (2013)**, la asociatividad es un proceso que sirve para crear técnicas empresariales que examinan los diversos medios competitivos e innovadores; y si queremos que estas sociedad tengan resultados positivos debemos cumplir con los condiciones siguientes: Primero que los socios integrantes compartan un propósito común, es decir deben alinear todas sus actividades y todos sus esfuerzos para conseguir sus objetivos, resolviendo los problemas del grupo. Segundo los integrantes tienen que tener el deber reciproco plasmado en un reglamento interno donde se especifique todos los derechos y deberes de los socios, asumiendo así sus responsabilidades y compromisos de aporte. Tercero es que los socios deben tener sus objetivos comunes es decir se deben trazar una serie de metas y objetivos alcanzables en el tiempo proyectado generándoles beneficios; y como cuarto se tiene que tener en cuenta el que se asocien significa acceder a los beneficios al igual que a los riesgos compartiendo las mismas responsabilidades de fracaso empresarial. **Maldonado, G. (2012)**. En REPEBAN encuentra que la idea que predomina como motivación de los productores para asociarse es reconocer qué buscar el incremento de su producción en colectivo les permitirá afrontar las dificultades y colocarse en condiciones empresariales para el mercado.

Existe relación significativa negativa entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.412^{**} , **Maldonado, G. (2012)** explica que en REPEBAN su éxito de su modelo asociativo se debió al factor de sus socios: la independencia de sus integrantes (flexibilidad y distribución adecuada de los poder, recursos y funciones), la libertad en la toma de decisiones, la diplomacia de la gestión (equipo de conocimientos múltiples), el desarrollo de los conocimientos con claridad. A demás REPEBAN reconoce que el factor primordial para generarse el modelo asociativo con éxito es tener en cuenta la defensa de intereses que comparten entre los socios, dada una situación coyuntural. Otro de los factores primordiales de su consolidación exitosa son el capital social es decir practicar la confianza con adecuados métodos de distribución de trabajos, con un adecuado liderazgo (trabajo en equipo) y tomando en cuenta la transparencia de la información y las formas de control.

Existe relación significativa negativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el desarrollo integral del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.512^{**} , esto no concuerda con **Moreno, M. (2008)** según los productores exitosos empresarialmente consideran y mencionan diversas características relevantes en su éxito: conocimientos y capacidades, creatividad e innovación, liderazgo y comunicación, toma de decisiones y responsabilidad; sin embargo no significa que sean las más importantes; además explica que el crecimiento de las cadenas productivas agrícolas durante la última década pasada ha sido gracias a que se generaron las asociaciones agropecuarias, lo que ayudo en el mejoramiento en la competitividad para poder afrontar a las competencias del mercado local y internacional.

Existe relación significativa negativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.501**, **Garza, A. (2013)** en su estudio encontró dos factores importantes que impactan en el desarrollo económico y social de los productores que se encuentran en el comercio justo: 1) el modelo organizativo les permite generar sociedades ampliando de esta manera su contactos sociales y ampliando sus negocios a los mercados internacionales; 2) logran conseguir capacitaciones y asistencia técnica que les ayude a generar nuevas ideas y capacidades para mejorar sus productos, formulando diversas estrategias para desafiar las dificultades que se les presentan en su cadena productiva; el Comercio Justo es pues, una alternativa para la exportación con el objetivo de mejorar económicamente, ya que permite añadir valores éticos, enfatizando en el aspecto ecológico, sociales y de género.

Existe relación significativa negativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y los beneficios del comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.462**, **Brañas G. y Moreno A. (2012)** en su estudio y analizando el contexto, y dado el incremento de las alternativas de un modelo asociativo como son los mercados nacionales, espacios de comercialización y otras redes, hay que tomar en cuenta que hacer “una alianza” es una estrategia muy importante para el Comercio Justo y la Economía participativa local, orientándonos hacia las alternativas serviciales y rechazando actitudes imperantes, sin embargo en un contexto de comercio justo de artesanía se observa que ha descendido considerablemente.

V. CONCLUSIONES

1. Se estableció que existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, generando una correlación negativa media con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.555^{**} , lo que nos indica que a mayor asociatividad existe una disminución en el comercio justo.
2. Se determinó que existe relación significativa entre los Impactos de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, generándose una correlación negativa media con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.574^{**} que nos indica que a mayores impactos de la asociatividad decrece el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca.
3. Se determinó que existe relación significativa entre los Motivos que generaron la asociatividad y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.002; y una Tau b -0.259^{**} , con una correlación negativa débil.
4. Se determinó que existe relación significativa negativa entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.412^{**} , con una correlación negativa débil.
5. Se determinó que existe relación significativa negativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el desarrollo integral del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con un nivel de significancia bilateral asintótica 0.000; y una Tau b -0.512^{**} , con una correlación negativa media.
6. Se determinó que existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con una correlación negativa media -0.501^{**} lo

nos indica que a mayor asociatividad decrece la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio.

7. Se determinó que existe relación significativa entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y los beneficios del comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica, con una correlación negativa débil -0.462^{**} , lo que nos indica que a mayor asociatividad decrecen los beneficios del comercio justo.

VI. RECOMENDACIONES

1. A los agentes económicamente organizados de prendas de fibra de alpaca del Distrito de Ascensión que, deben de controlar los diversos factores de éxito que se presentan en una asociatividad.
2. A los agentes económicamente organizados de prendas de fibra de alpaca del Distrito de Ascensión que confiar en la transparencia y responsabilidad de la gestión del comercio justo generada a través de las asociatividad.
3. A los agentes económicamente organizados de prendas de fibra de alpaca del Distrito de Ascensión que, para tener mayores beneficios de la asociatividad que forman parte comprometerse en la práctica de la democracia, ayuda mutua, trabajo en equipo, y la confianza.
4. Después de los resultados encontrados se recomienda a los Agentes económicamente organizados de prendas de fibra de alpaca del Distrito de Ascensión que enfoquen su asociatividad para conseguir beneficios sociales de entidades que brindan apoyos a Agentes Económicos Organizados como son los PROCOMPITES Regionales y Locales, ALIADOS, Etc.

VII. REFERENCIAS

- Aedo, C. (2005, noviembre), Evaluación del impacto, Santiago de Chile. Recuperado el 14 de abril del 2018 de <https://www.cepal.org/publicaciones/xml/7/24337/lcl2442e.pdf>
- Aguayo, I (1983). "Análisis de la situación de los pequeños propietarios forestales en la comuna de Coelemu". VIII Región: Grupo de Estudio Agro-Regionales (GEA), Santiago.
- Amorós, E. (2007). Comportamiento Organizacional: En busca del desarrollo de ventajas competitivas. Eumed. Málaga.
- Ardila, F. (2008). *Propuesta de Asociatividad para el sector agropecuario de la provincia de Vélez (Santander) como estrategia para generar competitividad*.
- Brañas, G. y Moreno, A. (2012). El comercio justo en Andalucía 2012: Distribución de productos de Comercio Justo a través de tiendas y puntos de venta especializados, Área de Cooperación y Solidaridad de la Universidad de Córdoba. Recuperado el 16 de Abril del 2018 en <http://www.uco.es/consumoresponsable/wp-content/uploads/2015/05/EL-COMERCIO-JUSTO-EN-ANDALUCIA-2012.pdf>
- Carbajosa, J. (2013). Investigación de mercado sobre comercio justo en castilla y león, de la Universidad de Valladolid, España. Recuperado el 16 de Abril del 2018 en <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3911/1/TFM-L80.pdf>
- Casafranca, M. y Pahuachón, M. (2014, 29 de enero). *Factores que limitan la competitividad de las asociaciones de productores quinua orgánica*, Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima. Recuperado el 16 de Abril del 2018 en http://quinua.pe/wp-content/uploads/2016/03/sme_v5n2_mcasafrencampahuach%C3%B3n_Factores-que-limitan-la-competitividad-de-las-asociaciones-de-productores-quinua-org%C3%A1nica-.pdf
- Centro de Exportaciones e Inversiones (2010, Agosto). ASOCIATIVIDAD. Managua, Nicaragua. http://www.cei.org.ni/images/file/manual_asociativ.pdf
- Coscione, M. y Mulder, N. (2017, 30 de enero). El aporte el comercio Justo y Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado el 14 de abril del 2018 en https://elpais.com/elpais/2017/01/30/alterconsumismo/1485760740_148576.html
- Chang, L. (2003). Iniciativa de Asociatividad: Procesos y Experiencias.
- EFTA. (2001): Anuario del Comercio Justo 2001, European Fair Trade Association, www.eftafairtrade.org

- Enrique, C. (2002). El Salvador: La Asociatividad empresarial entre Pymes. <http://www.iberpymeonline.org/noticias.asp?step=1&id=147>
- Esquivia, L, (2013), *La Asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de las Microempresas productoras de calzado del Municipio de Sincelejo*, de la Universidad Nacional de Colombia, Bogota – Colombia. Recuperado el 17 de Abril del 2018 en <http://www.bdigital.unal.edu.co/11893/1/287419-2014.pdf>
- Fair Trade (2013). Impacto de Comercio Justo. Recuperado el 17 de Junio de 2018, de http://www.sellocomerciojusto.org/news/es_ES/2013/02/01/0002/impacto-de-comercio-justo-en-numeros
- Franco, J. (2009). Asociatividad Empresarial, Camino a la Competitividad. http://aciem.org/bancoconocimiento/M/Mem_AsociatividadEmpresarial_caminoalacompeti/ASOCIATIVIDAD%20EMPRESARIAL%20CAMINO%20A%20LA%20COMPETITIVIDAD%20%5BModo%20de%20compatibilidad%5D.pdf
- Fernández, E. (2000). La medición del impacto social de la ciencia y la tecnología. Recuperado el 02 de junio del 2018 en http://www.ricyt.org/manuales/doc_view/62-la-medicion-del-impacto-social-de-la-ciencia-y-tecnologia
- Fernández C. y Rodríguez E. (2014, 15 de setiembre) Inserción social de usuarios de drogas en rehabilitación.
- Garza, A. (mayo de 2013). El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café. Recuperado el 17 de Abril del 2018 en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572014000100011
- Gil, J., Parra, J., Ocampo, D. (2007); Determinación de los indicadores de gestión para empresas agrícolas y ganaderas. Recuperado de 22 de Mayo del 2018 en <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/5167/T12.07%20G37i.pdf>
- Gómez L, (2011, 25 de mayo). Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso. Recuperado 17 de abril del 2018 en http://www.pa.gob.mx/publica/rev_47/an%C3%A1lisis/asociatividad_empresarial.pdf

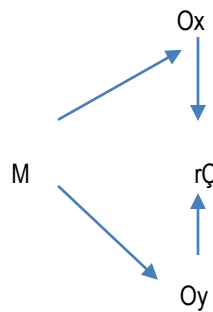
- Herrera, M. y et. al. (2014). Ni pequeño productor, ni agricultor familiar, soy campesino. Recuperado el 14 de Abril del 2018 de https://www.javerianacali.edu.co/sites/ujc/files/node/field-documents/field_document_file/nipequenoproductor_4.pdf
- Hernández, Fernández y Baptista (2010). Metodología de la investigación. Quinta edición. 2010
- Liberta B. (2007). Impacto, impacto social y evaluación del impacto. Recuperado el 14 de Abril del 2018 de <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v15n3/aci08307.pdf>
- Lozano, F. (2010, 23 de septiembre). La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. Recuperado el 28 de mayo del 2018 en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007
- Perez, J. y Gardey, A. (2010). Deficicion.de: Definición de impacto. <https://definicion.de/impacto/>
- Maldonado G. (2012, 5 de junio) Determinantes e impactos de la asociatividad para el comercio justo: El caso de REPEBAN desde 2005 hasta 2010. Recuperado el 02 de Junio del 2018 en <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1452/MALDONADO ROCHA GINA ASOCIATIVIDAD REPEBAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Marambio, J; Silveira, C; Rimoldi, J. 1993. La integración de mercados y su impacto sobre los pequeños productores agropecuarios. Santiago
- Martínez, J. (2014). *La asociatividad como alternativa para la penetración de mercados internacionales: caso de estudio asociación de paneleros ASOPROPANOC, Universidad Militar Nueva Granada, BOGOTÁ Colombia*. Recuperado el 26 de abril del 2018 en <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/6997/1/La%20asociatividad%20como%20alternativa%20para%20la%20penetraci%C3%B3n%20de%20mercados%20internacionales..pdf>
- Ministerio de economía y finanzas – Perú: Página Web. <http://www.snip.gob.pe/index.php/documentos-4/documentos-4>, Portal SI – PROCOMPITE - Mef.
- Moreno, M. (2008). Análisis de la capacidad empresarial de pequeños productores del Cantón de Guácimo, Costa Rica. Recuperado del 2 de junio del 2018 en <http://www.sidalc.net/repdoc/a2927e/a2927e.pdf>

- Ostrom, E y T. K. Ahn (2003), *“Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva, Revista Mexicana de Sociología, año LXV/Núm. 1, enero-marzo, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.*
- Pallares, Z. (2005)- La Asociatividad Empresarial– PRODES Programa de Desarrollo Empresarial Sectorial – Colombia.
- Pérez, J. y Gardey, A. Publicado: 2010. Actualizado: 2013. Definición.de: Definicion de impacto (<https://definicion.de/impacto>)
- Rivera, X. A (2011). Asociatividad microempresarial y género: La experiencia de las microempresarias organizadas El caso de Empremujer, Santiago. Recuperado el 2 de Junio del 2018 en http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2011/cs-rivera_x/pdfAmont/cs-rivera_x.pdf
- Rojas, F. (2013). Formas de asociatividad que prevalecen en la dinamización de las cadenas productivas agrícolas en Colombia. Recuperado el 28 de Mayo del 2018 en <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3654/00780087.pdf?sequence=1>
- Romero, R. (2009 15 de julio). Las formas asociativas en la agricultura y las cooperativas. Recuperado el 10 de mayo del 2018 en http://www.pa.gob.mx/publica/rev_41/ANALISIS/5%20Roxana%20Beatriz%20Romero.pdf
- Rosales, R. (1997). La Asociatividad como Estrategia de Fortalecimiento de las Pymes.
- Socías, A. y Doblas, N. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. Recuperado el 28 de Mayo del 2018 en <http://www.redalyc.org/pdf/174/17405101.pdf>
- Soto, O. A. (2014). Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe, departamento de Lambayeque. Recuperada el 18 de Mayo del 2018 en <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/138>
- Subsecretaria de Economía y Empresas de Menor Tamaño del Gobierno de Chile, (2015) División de Asociatividad y Economía Social, *Estudio: Caracterización de la Asociatividad y la Economía Social de los Pueblos Indígenas.* Recuperado el 28 de Mayo del 2018 en <http://economiasocial.economia.cl/wp-content/uploads/2016/05/DAES-Asociatividad-y-Pueblos-Ind%C3%ADgenas-2015.pdf>

- Unda J.D. (2008). Asociatividad de pequeños productores en organizaciones económicas campesinas: Cadena del brócoli, 2005 – 2007. Recuperado el 18 de mayo del 2018 en <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/8>
- Young, G. (2003). “Fair Trade’s influential past and the challenges of its future” incluido en Fair trade, an asset for development. An international dialogue. Brussels: King Baudouin Foundation.


ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVO	VARIABLES Y DIMENSIONES	MÉTODO	TEORIA RELACIONADO AL TEMA
General: ¿Qué relación existe ente la asociativa de los agentes económicamente organizados en el ingreso al comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?	General: Existe relación entre la asociativa de los agentes económicamente organizados en el ingreso al comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica	General: Identificar la relación que existe ente la asociativa de los agentes económicamente organizados en el ingreso al comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica	VARIABLE 1: Asociatividad <ul style="list-style-type: none"> Dimensión: Impactos de la Asociatividad. Dimensión: Motivos. Dimensión: Factores de éxito. VARIABLE 2: Comercio Justo <ul style="list-style-type: none"> Dimensión: Desarrollo integral. Dimensión: Sustentabilidad económica, social y ambiental Beneficios. Dimensión Beneficios 	Tipo de Investigación: No experimental, Nivel de investigación: Correlacional Escala de medición: Ordinal Diseño:  <pre> graph TD M[M] --> X[X] M --> Y[Y] X -- rC --> Y style X fill:none,stroke:none style Y fill:none,stroke:none </pre> <p>M: Muestra X: Asociatividad Y: Comercio Justo r: Correlación</p>	Maldonado G. (2012). La asociatividad es un sistema de organización, estructurado sobre la base de la acción colectiva, que permite mejorar la competitividad de los pequeños productores para afrontar barreras de interés común como el acceso a mercados especiales. El éxito de un proceso asociativo no depende solo de las motivaciones de quienes lo inician, sino de factores inherentes a la dinámica del colectivo Romero, R. (2009) el asociativismo agrario puede definirse como una de las formas organizativas que articulan a los pequeños productores. Se basan para ello en prácticas históricas o en aquellas promovidas a través de la instrumentación de programas específicos para este sector. Garrido, G. (2013), las organizaciones de comercio justo se
Específico: ¿Qué relación tiene los Impactos de la asociatividad en el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?	Específico: Existe relación entre los Impactos de la asociatividad y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica	Específico: Determinar la relación que tiene los Impactos de la asociatividad en el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica			
Específico: ¿Qué relación existe entre los motivos que llevo a los agentes económicamente organizado a asociarse y el comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?	Específico: Existe relación entre los motivos que llevo a los agentes económicamente organizado a asociarse y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica	Específico: Determinar la relación existente entre los motivos llevo a los agentes económicamente organizado a asociarse y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica			
Específico: ¿Qué relación existe entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?	Específico: Existe relación entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica	Específico: Determinar la relación que existe entre los factores de éxito de los agentes económicamente organizados y el comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica			

¿La relación existe entre la asociatividad y el desarrollo integral los agentes económicamente organizados de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?	Existe relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y el desarrollo integral del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica	Determinar la relación que existe entre la asociatividad y el desarrollo integral los agentes económicamente organizados de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica			fundamentan en los siguientes principios y valores: Ayudar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional, fomentar la solidaridad y la equidad, auspiciar la igualdad de oportunidades, el desarrollo económico y el cuidado por el medio ambiente, apoyar iniciativas amigas del medio ambiente/ ecológicas, devolver ganancias a los productores, apoyar a la comunidad, especialmente a organizaciones sin ánimo de lucro y grupos comunitarios
¿Que relación existe entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?	Existe relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica	Determinar la relación que existe entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y la sustentabilidad económica, social y ambiental del comercio de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica			
¿Qué relación existe entre la asociatividad y los beneficios del comercio justo de las prendas de fibra de alpaca del distrito de Ascensión - Huancavelica?	Existe relación entre la asociatividad de los agentes económicamente organizados y los beneficios del comercio justo de las prendas de vestir de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica	Determinar la relación que existe entre la asociatividad y los beneficios del comercio justo de las prendas de vestir a base de fibra de alpaca del distrito de Ascensión – Huancavelica			

Anexo 3: Matriz de Validación

 **ESCUELA DE POSGRADO**
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

MATRÍZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

OBJETIVO: RECABAR INFORMACIÓN SOBRE LA ASOCIATIVIDAD EN AGENTES ECONOMICAMENTE ORGANIZADOS.


DIRIGIDO A: SOCIOS INTEGRANTES DE LOS DIVERSOS AGENTES ECONÓMICAMENTE ORGANIZADOS DE PRENDAS DE FIBRA DE ALPACA DEL DISTRITO DE ASCENSIÓN.


APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: DR. CASTILLO MENDOZA, HELSIDES LEANDRO

GRADO ACADEMICO DEL EVALUADOR: DOCTOR EN DERECHO Y MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA

VALORACIÓN:

PORCENTAJE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA
74%	100 - 75	74 - 50	49 - 25	24 - 0


Dr. Helsides L. Castillo Mendoza
CAL N° 46549
ABOGADO
DR. CASTILLO MENDOZA, HELSIDES

 **ESCUELA DE POSGRADO**
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

MATRÍZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

OBJETIVO: RECABAR INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO JUSTO EN AGENTES ECONOMICAMENTE ORGANIZADOS.


DIRIGIDO A: SOCIOS INTEGRANTES DE LOS DIVERSOS AGENTES ECONÓMICAMENTE ORGANIZADOS DE PRENDAS DE FIBRA DE ALPACA DEL DISTRITO DE ASCENSIÓN.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: DR. CASTILLO MENDOZA, HELSIDES LEANDRO

GRADO ACADEMICO DEL EVALUADOR: DOCTOR EN DERECHO Y MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA

VALORACION:

PORCENTAJE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA
74%	100 - 75	74 - 50	49 - 25	24 - 0


Dr. Helsides L. Castillo Mendoza
CAL N° 46549
ABOGADO
DR. CASTILLO MENDOZA, HELSIDES

Anexo 4: prueba de confiabilidad

Confiabilidad del instrumento: Asociatividad																								
Sujetos	Impactos de la asociatividad						Motivos						Factores de éxito						ΣXt	ΣX ² t	Σxi	Σxp	dj	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18						
1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	1	1	30	58	14	16	-2	
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53	157	26	27	-1	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	50	142	25	25	0	
4	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	42	106	21	21	0	
5	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	45	117	22	23	-1	
6	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	43	107	22	21	1	
7	1	1	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	35	85	17	18	-1	
8	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	40	96	20	20	0	
9	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	42	104	21	21	0	
10	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	41	99	20	21	-1	
11	1	1	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	37	91	18	19	-1	
12	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	41	103	20	21	-1	
13	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	43	107	21	22	-1	
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	72	18	18	0	
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	38	82	19	19	0	
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	1	36	78	19	17	2	
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	162	27	27	0	
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	42	102	21	21	0	
19	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	24	38	12	12	0	
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	72	18	18	0	
21	2	1	1	2	1	1	2	2	3	2	1	1	3	3	1	1	1	1	29	57	15	14	1	
22	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	46	122	23	23	0	
23	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	48	132	23	25	-2	
24	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	50	142	24	26	-2	
25	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	49	137	24	25	-1	
26	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	49	137	23	26	-3	
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	162	27	27	0	
28	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	51	147	25	26	-1	
29	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	44	112	22	22	0	
30	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	3	3	1	1	1	1	28	52	13	15	-2	
31	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	117	22	23	-1	
32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	38	82	19	19	0	
33	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	36	76	18	18	0	
34	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	39	87	20	19	1	
35	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	40	96	19	21	-2	
36	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	38	82	19	19	0	
37	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	39	87	20	19	1	
38	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	36	76	18	18	0	
39	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	132	24	24	0	
40	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	43	107	21	22	-1	
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	162	27	27	0	
42	1	1	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	43	111	21	22	-1	
43	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	47	127	23	24	-1	
44	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	44	114	21	23	-2	
45	1	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	36	90	17	19	-2	
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	38	82	19	19	0	
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	162	27	27	0	
48	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	45	117	22	23	-1	
49	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	45	117	22	23	-1	
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	50	142	25	25	0	
51	1	1	1	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	41	105	20	21	-1	
52	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	43	109	22	21	1	
53	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	44	112	22	22	0	
54	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	45	125	22	23	-1	
55	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	41	97	22	19	3	
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	1	1	34	70	17	17	0	
57	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	1	34	72	16	18	-2	
58	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	45	117	23	22	1	
59	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	46	122	23	23	0	
60	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	42	102	21	21	0	
61	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	41	97	20	21	-1	
62	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	47	127	24	23	1	
63	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	45	117	20	25	-5	
64	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	44	112	21	23	-2	
65	1	1	1	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	1	1	1	1	35	81	17	18	-1	
66	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	41	97	20	21	-1	
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	38	82	19	19	0	
68	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	1	41	103	20	21	-1	
69	2	2	1	3	2	2	2	2																

Confiabilidad del instrumento: Comercio justo																						
Sujetos	DEASARROLLO INTEGRAL							SUSTENTABILIDAD ECONOMICA, SOCIAL, AMBIENTAL					BENEFICIOS					ΣXt	ΣX ² t	Σxi	Σxp	dj
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17					
1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	88	20	18	2
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	20	32	12	10	2
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	33	73	18	17	1
4	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	32	72	18	16	2
5	2	3	3	3	2	1	3	2	2	2	3	1	3	3	2	2	2	37	97	22	17	5
6	2	3	3	3	2	1	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	39	107	23	18	5
7	3	3	3	3	3	1	3	2	2	1	3	2	3	3	3	3	2	41	117	25	18	7
8	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	31	69	18	15	3
9	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	62	17	15	2
10	2	3	3	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	28	62	15	15	0
11	2	3	3	3	3	1	1	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	38	102	22	18	4
12	2	3	3	3	2	1	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	37	97	22	17	5
13	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	27	53	16	13	3
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
15	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	62	17	15	2
16	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	35	83	19	18	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	17	9	8	1
18	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	30	63	16	15	1
19	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	93	21	18	3
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
21	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	39	103	22	19	3
22	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	35	83	19	18	1
23	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	21	32	11	11	0
24	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	24	41	14	11	3
25	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	22	35	13	10	3
26	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	26	11	9	2
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	17	9	8	1
28	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	26	11	9	2
29	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	26	50	16	12	4
30	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	93	21	18	3
31	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
32	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	40	108	22	20	2
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
34	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
35	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	35	83	19	18	1
36	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	88	20	18	2
37	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
39	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38	98	21	19	2
40	2	2	3	3	3	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	30	68	17	15	2
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	17	9	8	1
42	2	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	30	67	16	15	1
43	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	38	13	11	2
44	2	3	3	3	3	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	33	79	19	16	3
45	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	137	25	22	3
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	17	9	8	1
48	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	62	17	15	2
49	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	29	59	17	14	3
50	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	21	36	11	11	0
51	2	3	3	3	3	1	1	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	36	94	21	17	4
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	31	65	18	15	3
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
54	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	25	55	15	12	3
55	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	30	64	17	15	2
56	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	36	90	22	16	6
57	2	3	3	3	2	1	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	37	97	22	17	5
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	33	75	19	16	3
59	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	30	64	16	16	0
60	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	30	64	17	15	2
61	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	31	67	18	15	3
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	17	9	8	1
63	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	26	50	15	13	2
64	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	28	56	16	14	2
65	2	3	3	3	3	1	2	2	1	1	3	3	2	3	2	2	2	36	94	20	18	2
66	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	37	93	20	19	1
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	68	18	16	2
68	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	2	2	35	87	20	17	3
69	2	3	3	1	1	1	1	2	2	1	2	3	3	3	2	2	2	32	78	18	16	2
70	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	24	41	13	12	1
71	2	2	2	2	2	1	1	2														

Anexo 5: Base de datos de la Variable Asociatividad

VARIABLE ASOCIATIVIDAD																										
Sujetos	Impactos de la Asociatividad							Motivos							Factores de Éxito							Total	Nivel			
	1	2	3	4	5	6	sub total	Nivel	7	8	9	10	11	12	Sub total	Nivel	13	14	15	16	17			18	Sub total	Nivel
1	1	1	1	2	1	2	8	1	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	1	1	1	1	10	1	30	1
2	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	53	3
3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	50	3
4	1	1	2	2	2	2	10	1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	42	2
5	2	2	2	3	2	2	13	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	45	3
6	2	2	2	3	2	2	13	2	3	3	3	2	2	2	15	3	3	3	3	2	2	2	15	3	43	2
7	1	1	1	2	1	1	7	1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	1	1	1	1	10	1	35	2
8	1	1	2	2	2	2	10	1	3	3	3	3	2	2	16	3	3	3	2	2	2	2	14	2	40	2
9	2	1	2	2	2	2	11	2	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	2	2	2	2	14	2	42	2
10	2	2	1	2	2	2	11	2	3	3	3	3	2	2	16	3	3	3	2	2	2	2	14	2	41	2
11	1	1	1	2	1	2	8	1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	1	1	1	11	2	37	2
12	1	1	1	2	2	2	9	1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	41	2
13	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	2	2	2	2	14	2	43	2
14	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	36	2
15	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	38	2
16	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	1	1	1	12	2	36	2
17	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	54	3
18	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	42	2
19	2	1	1	2	1	2	9	1	1	1	1	1	1	1	6	1	3	2	1	1	1	1	9	1	24	1
20	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	36	2
21	2	1	1	2	1	1	8	1	2	2	3	2	1	1	11	2	3	3	1	1	1	1	10	1	29	1
22	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	2	2	16	3	3	3	3	3	3	3	18	3	46	3
23	2	2	3	3	2	2	14	2	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	2	3	3	3	17	3	48	3
24	2	2	3	3	2	3	15	3	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	3	3	3	3	18	3	50	3
25	2	3	3	3	2	2	15	3	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	3	3	3	2	17	3	49	3
26	2	2	2	3	2	3	14	2	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	3	3	3	3	18	3	49	3
27	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	54	3
28	2	2	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	3	3	3	3	18	3	51	3
29	2	2	3	3	2	2	14	2	3	3	3	2	2	3	16	3	3	3	2	2	2	2	14	2	44	3
30	1	1	2	2	1	1	8	1	2	2	1	2	1	2	10	1	3	3	1	1	1	1	10	1	28	1
31	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	18	3	45	3
32	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	38	2
33	2	1	1	2	2	2	10	1	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	36	2
34	2	2	2	2	2	2	12	2	3	2	2	2	2	2	13	2	3	3	2	2	2	2	14	2	39	2
35	1	2	2	2	1	2	10	1	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	40	2
36	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	38	2
37	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	2	2	2	15	3	39	2
38	2	1	1	2	2	2	10	1	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	36	2
39	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	48	3
40	3	3	2	3	3	3	17	3	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	43	2
41	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	54	3

42	1	1	2	3	2	2	11	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	43	2
43	2	2	2	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	47	3
44	1	2	2	3	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	44	3
45	1	1	1	3	1	1	8	1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	1	1	1	1	10	1	36	2
46	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	38	2
47	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	54	3
48	2	2	2	3	2	2	13	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	45	3
49	2	2	2	3	2	2	13	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	45	3
50	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	50	3
51	1	1	1	3	2	1	9	1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	41	2
52	2	2	2	1	2	2	11	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	43	2
53	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	44	3
54	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	1	1	1	1	10	1	45	3
55	2	2	2	2	2	2	12	2	3	2	3	2	3	2	15	3	3	3	2	2	2	2	14	2	41	2
56	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	1	1	1	1	10	1	34	2
57	1	1	1	3	2	2	10	1	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	1	1	12	2	34	2
58	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	2	2	2	15	3	45	3
59	2	2	2	2	3	3	14	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	46	3
60	2	2	2	2	2	2	12	2	3	2	3	3	2	3	16	3	3	3	2	2	2	2	14	2	42	2
61	2	2	3	3	2	3	15	3	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	41	2
62	3	3	3	3	3	3	18	3	3	2	2	2	3	3	15	3	3	3	2	2	2	2	14	2	47	3
63	2	3	2	3	2	3	15	3	2	3	2	3	3	3	16	3	3	3	2	2	2	2	14	2	45	3
64	2	2	2	3	2	2	13	2	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	2	2	2	2	14	2	44	3
65	1	1	1	3	2	2	10	1	3	3	3	2	2	2	15	3	3	3	1	1	1	1	10	1	35	2
66	2	2	2	2	2	2	12	2	2	3	3	2	2	3	15	3	3	3	2	2	2	2	14	2	41	2
67	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	38	2
68	2	1	2	3	2	2	12	2	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	2	2	1	1	12	2	41	2
69	2	2	1	3	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	38	2
70	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	50	3
71	3	3	3	3	3	3	18	3	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	44	3
72	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	44	3
73	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	44	3
74	1	1	1	3	2	2	10	1	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	1	1	1	1	10	1	32	2
75	1	2	2	3	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	38	2
76	1	1	1	1	1	1	6	1	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	36	2
77	3	2	2	3	2	3	15	3	2	2	2	2	3	3	14	2	3	3	2	2	2	2	14	2	43	2
78	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	38	2
79	2	2	3	3	3	3	16	3	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	2	2	2	2	14	2	42	2
80	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	48	3
81	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	18	3	54	3
82	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	3	3	3	3	16	3	3	3	2	2	2	2	14	2	42	2
83	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	2	2	14	2	44	3
84	1	1	2	3	2	2	11	2	3	3	2	2	2	3	15	3	3	3	3	2	2	2	15	3	41	2

Anexo 6: Base de datos de la variable comercio justo

VARIABLE COMERCIO JUSTO																											
Sujetos	Desarrollo integral							Sub total	Nivel	Sustentabilidad economica, social y ambiental						Sub total	Nivel	Beneficios						Sub total	Nivel	Total	Nivel
	1	2	3	4	5	6	7			8	9	10	11	12	13			14	15	16	17						
1	3	3	3	3	2	2	2	18	3	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	38	2		
2	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	5	1	2	2	2	2	2	10	2	22	1		
3	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	3	2	2	2	11	2	35	2		
4	2	2	2	2	2	2	1	13	2	2	2	1	2	2	9	2	3	3	2	2	2	12	2	34	2		
5	2	3	3	3	2	1	3	17	3	2	2	2	3	1	10	2	3	3	2	2	2	12	2	39	2		
6	2	3	3	3	2	1	3	17	3	2	2	2	3	1	10	2	3	3	3	3	2	14	3	41	3		
7	3	3	3	3	3	1	3	19	3	2	2	1	3	2	10	2	3	3	3	3	2	14	3	43	3		
8	2	2	2	2	2	1	1	12	2	2	2	1	2	2	9	2	2	3	3	2	2	12	2	33	2		
9	2	2	2	2	2	1	1	12	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	32	2		
10	2	3	3	3	2	1	1	15	2	2	1	1	1	1	6	1	1	2	2	2	2	9	2	30	2		
11	2	3	3	3	3	1	1	16	2	2	2	2	3	2	11	2	3	3	3	2	2	13	3	40	2		
12	2	3	3	3	2	1	3	17	3	2	2	1	2	2	9	2	3	3	3	2	2	13	3	39	2		
13	2	2	2	2	2	2	2	14	2	1	1	1	1	1	5	1	2	2	2	2	2	10	2	29	2		
14	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	34	2		
15	2	2	2	2	2	1	1	12	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	32	2		
16	2	3	3	3	2	2	2	17	3	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	37	2		
17	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	5	1	17	1		
18	2	3	3	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	2	10	2	1	1	1	1	1	5	1	31	2		
19	3	3	3	3	3	2	2	19	3	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	39	2		
20	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	34	2		
21	3	2	2	2	2	2	2	15	2	3	2	2	3	2	12	2	3	3	3	3	2	14	3	41	3		
22	2	3	3	3	2	2	2	17	3	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	37	2		
23	2	1	1	2	1	1	1	9	1	1	1	1	1	2	6	1	1	2	2	1	1	7	1	22	1		
24	2	2	2	2	2	1	1	12	2	1	1	1	1	2	6	1	2	1	2	1	1	7	1	25	1		
25	2	2	2	1	1	1	1	10	1	2	2	1	1	1	7	1	1	1	2	1	1	6	1	23	1		
26	2	2	2	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	5	1	20	1		
27	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	5	1	17	1		
28	2	2	2	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	5	1	20	1		
29	2	2	2	2	2	1	1	12	2	1	1	1	2	1	6	1	2	2	2	2	2	10	2	28	1		
30	3	3	3	3	3	2	2	19	1	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	39	2		
31	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	34	2		
32	2	3	3	3	3	3	3	20	3	2	3	2	2	3	12	2	2	2	2	2	2	10	2	42	3		
33	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	34	2		
34	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	34	2		
35	2	3	3	3	2	2	2	17	3	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	37	2		
36	2	3	3	3	3	2	2	18	3	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	38	2		
37	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	34	2		
38	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	34	2		
39	2	3	3	3	3	3	3	20	3	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	10	2	40	2		
40	2	2	3	3	3	1	1	15	2	2	2	1	1	2	8	1	1	2	2	2	2	9	2	32	2		
41	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	5	1	17	1		
42	2	3	3	3	3	1	1	16	2	2	2	2	2	2	10	2	1	1	1	1	1	5	1	31	2		

43	2	2	2	2	2	2	2	14	2	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	24	1
44	2	3	3	3	3	1	1	16	2	2	2	1	2	2	9	2	2	2	2	2	10	2	35	2
45	3	3	3	3	3	1	1	17	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	47	3
46	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	34	2
47	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	17	1
48	2	2	2	2	2	1	1	12	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	32	2
49	2	2	2	2	2	1	1	12	2	2	2	1	2	2	9	2	2	2	2	2	10	2	31	2
50	1	3	3	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	2	6	1	1	1	1	1	5	1	22	1
51	2	3	3	3	3	1	1	16	2	2	2	1	3	2	10	2	2	3	3	2	12	2	38	2
52	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	1	2	2	9	2	2	2	2	2	10	2	33	2
53	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	34	2
54	1	3	3	3	1	1	1	13	2	1	1	1	3	1	7	1	1	1	2	1	7	1	27	1
55	2	3	2	2	2	2	2	15	2	1	1	1	2	2	7	1	2	2	2	2	10	2	32	2
56	2	2	2	2	3	1	2	14	2	2	2	2	3	2	11	2	3	3	3	2	13	3	38	2
57	2	3	3	3	2	1	3	17	3	2	2	1	2	2	9	2	3	3	3	2	13	3	39	2
58	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	1	2	2	9	2	3	3	2	2	12	2	35	2
59	1	2	2	2	2	2	1	12	2	2	2	1	2	2	9	2	2	3	2	2	11	2	32	2
60	2	2	2	2	2	1	1	12	2	2	2	1	2	2	9	2	2	3	2	2	11	2	32	2
61	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	2	1	2	2	9	2	2	3	2	2	11	2	33	2
62	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	17	1
63	1	2	2	1	1	1	1	9	1	2	2	1	2	2	9	2	2	2	2	2	10	2	28	1
64	1	2	2	2	2	2	2	13	2	1	1	1	2	2	7	1	2	2	2	2	10	2	30	2
65	2	3	3	3	3	1	2	17	3	2	1	1	3	3	10	2	2	3	2	2	11	2	38	2
66	2	3	3	3	3	2	2	17	3	2	2	2	2	2	10	2	3	3	2	2	12	2	39	2
67	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	34	2
68	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	1	1	3	3	10	2	3	3	3	2	13	3	37	2
69	2	3	3	1	1	1	1	12	2	2	2	1	2	3	10	2	3	3	2	2	12	2	34	2
70	2	2	2	2	2	1	1	12	2	2	2	1	1	2	8	1	1	1	1	1	5	1	25	1
71	2	2	2	2	2	1	1	12	2	2	2	1	1	3	9	2	2	2	2	2	10	2	31	2
72	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	1	2	2	9	2	1	2	1	2	8	1	31	2
73	2	2	2	2	1	1	1	11	1	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	31	2
74	2	3	3	3	3	1	3	18	3	2	1	1	3	3	10	2	3	3	3	2	13	3	41	3
75	2	2	2	2	2	1	1	12	2	1	1	1	1	1	5	1	2	2	2	2	10	2	27	1
76	2	3	3	3	3	3	3	20	3	2	2	1	1	3	9	2	3	3	3	3	15	3	44	3
77	2	2	2	2	2	1	1	12	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	32	2
78	2	2	2	2	2	2	2	14	2	1	1	1	1	2	6	1	1	2	1	1	6	1	26	1
79	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	1	1	1	7	1	2	2	2	2	10	2	31	2
80	2	2	2	2	2	1	1	12	2	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	22	1
81	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	17	1
82	1	2	2	2	1	1	1	10	1	2	1	1	2	2	8	1	2	2	2	2	10	2	28	1
83	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	34	2
84	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	1	1	2	2	8	1	2	2	2	2	10	2	31	2

Anexo 7: Instrumento de recolección de datos



CUESTIONARIO

VARIABLE I: ASOCIATIVIDAD

INSTRUCCIONES: El presente cuestionario tiene la finalidad de recabar información sobre la asociatividad de los AEO de prendas de Alpaca en el Distrito de Ascensión, debiendo responder con la claridad respectiva.

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
1	2	3

Marca con una **X** la respuesta de su consideración

Nº	INTERROGANTES	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
	Impactos de la asociatividad			
1	¿Cuenta con acceso a nuevos nichos de mercado?			
2	¿Cuenta con mayor acceso a tecnologías nuevas?			
3	¿Tiene aumento de su producción?			
4	¿Tiene autonomía económica?			
5	¿Cuenta con asesoría y capacitaciones para mejorar su calidad productiva?			
6	¿Tiene mayores ingresos en sus ventas?			
	Motivos.			
7	¿Se encuentra en búsqueda de mayores beneficios económicos?			
8	¿Se encuentra en búsqueda de mayores beneficios sociales?			
9	¿Reconoce que es más beneficioso, que trabajar individualmente?			
10	¿Les ayuda a ejercer presión frente a entidades del estado?			
11	¿Recibe capacitaciones y tecnologías?			
12	¿Considera que la asociatividad hace posible el desarrollo local?			
	Factores de éxito.			
13	¿Su incorporación fue voluntaria?			
14	Como socio ¿mantiene su autonomía?			
15	¿Practican la democracia?			
16	¿El trabajo que se practica es en equipo?			
17	¿Practican la confianza?			
18	¿Existe la ayuda mutua?			



CUESTIONARIO

VARIABLE II: COMERCIO JUSTO

INSTRUCCIONES: El presente cuestionario tiene la finalidad de recabar información sobre COMERCIO JUSTO de prendas de Alpaca de los AEO en el Distrito de Ascensión, debiendo responder con la claridad respectiva.

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
1	2	3

Marca con una **X** la respuesta de su consideración

Nº	INTERROGANTES	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
	Desarrollo integral			
1	¿Ha recibido capacitaciones?			
2	¿Cree que hay una transparencia y responsabilidad en la gestión?			
3	¿Cree que existen buenas relaciones humanas comerciales?			
4	¿Cree que existe organización y gestión comercial?			
5	¿Cree que tiene mejores niveles de bienestar?			
6	¿Cree que conserva su identificación cultural?			
7	¿Cree que se generó un desarrollo local?			
	Sustentabilidad económica, social y ambiental			
8	¿Cree que existe un precio justo por su producto?			
9	¿Practican la equidad de género y la oportunidad laboral?			
10	¿Cree que respetan los derechos de los niños y niñas?			
11	¿Existe prácticas solidarias?			
12	¿Realizan prácticas de conservación del medio ambiente?			
	Beneficios			
13	¿Tienen una expansión comercial?			
14	¿Cuentan con relaciones comerciales de largo plazo?			
15	¿Tienen condiciones de trabajo favorables?			
16	¿Cree que han eliminado a los intermediarios?			
17	¿Cree que la producción es sostenible para el medio ambiente?			

Anexo 8: Encuesta en la asociación ZEDARTS EMELY



Anexo 9: Asociación de mujeres confeccionistas de artesanía textil Confeartex

